

Verlage

## Richters Rotstift

Beim Axel Springer Verlag wird der Vorstandsvorsitzende Jürgen Richter seinem Ruf als Sparkommissar erneut gerecht. Richter will den beiden wirtschaftlich erfolgreichen Jahren (Überschuß 1994: 123 Millionen Mark, 1995: 142 Millionen) ein weiteres folgen lassen. In seinem Auftrag ermittelte die Unternehmensberatung Malik und Partner bei einem intensiven Gang durch Redaktionen des Verlagshauses bisher einen Überhang von rund 100 Mitarbeitern. Besonders angetan hat dem Vorsitzenden darüber hinaus die Idee, für die Programmzeitschriften des Hauses (*Hör zu*, *Funk Uhr*, *TV neu*) eine gemeinsame Zentralredaktion einzurichten. Dies hat der Heinrich Bauer Verlag bereits mit Erfolg vorexerziert. Damit würden allein bei der *Hör zu* über 30 Mitarbeiter weniger beschäftigt werden können. Sparpotential entdeckte Rechner Richter aber auch bei seinen



Richter

Chefredakteuren: Künftig soll es möglichst nur noch Ein-Jahres-Verträge mit Option auf 12 Monate Verlängerung geben. Ein Vorteil: Abfindungen fallen im Trennungsfall wegen kürzerer Laufzeit geringer aus. Außerdem entschied Richter, nunmehr alle Reise- und Spesenabrechnungen der Chefredakteure selbst zu kontrollieren.

TV-Nachrichten

## „Sehr behutsam“

ARD-Aktuell-Chef Ulrich Deppendorf, 46, über die Ankündigung der privaten Fernsehsender Pro Sieben und Kabel 1, ihr Abendprogramm künftig wieder um 20.15 Uhr zu starten, statt in direkter Konkurrenz zur „Tagesschau“

**SPIEGEL:** Das Bollwerk „Tagesschau“ hat der Attacke der Privaten widerstanden – sind Sie erleichtert?

**Deppendorf:** Die Redaktion ist stolz, den Kommerziellen mit Erfolg die Stirn geboten zu haben. Nach neun Monaten haben die den Angriff abgebrochen, allein Sat 1 bleibt noch bei der Nullzeit. Unser Erfolg ist eine Mischung aus Tradition und Kompetenz. Seit über 40 Jahren ist eben 20 Uhr die Nachrichtenzeit.

**SPIEGEL:** Der Marktanteil der „Tagesschau“ im Ersten bröckelt. Innerhalb von

Musik-Fernsehen

## Clips von Bertelsmann?

Das Publikum im deutschen Musik-TV ist sehr jung, Ältere sehen kaum VideoClips. Ernüchterung macht sich breit – und das hat Folgen. Beim Kölner Sender Viva bietet Initiator Frank Otto seinen Anteil von knapp 20 Prozent für rund 35 Millionen Mark an. Auch RTL verhandelt mit dem Hamburger Versandhaus-erben. Viva könnte künftig zusammen mit der RTL-Kette vermarktet werden. Zudem bekäme der RTL-Eigner Bertelsmann für seine Firma BMG Zugang zum Musikfernsehen. Bei Viva arbeiten deren Konkurrenten Warner, EMI, Polygram und Sony zusammen. Viva-Chef Dieter Gorny hat entschieden, auf Viva II weniger Oldies zu spielen, und zielt auf die 14- bis 25jährigen – in direkter Konkurrenz zum Erzrivalen MTV. Auch im MTV-Konzern wird über Änderungen nachgedacht. So könnte aus dem Ableger VH-1, einem Musikkanal für Ältere, ein



Gorny

MTV-2 für Jüngere werden. Seit dem Start Anfang 1995 machte VH-1 in Deutschland circa 60 Millionen Mark Anlaufverluste.

Satelliten

## Ärger in Luxemburg

Die Telekom verursacht mit ihren Plänen für TV-Satelliten in Luxemburg helle Aufregung. Zwar ist sie größter Gesellschafter der dortigen Gesellschaft SES, die das Astra-Satelliten-System betreibt, gleichzeitig aber will sie Nachfolger ihres eigenen, bisher vernachlässigten Kopernikus-Satelliten ins All schicken. Ein möglicher Partner ist der US-Elektronikkonzern und SES-

Konkurrent Hughes, dessen Tochterfirma DirecTV den Deutschen bei Pay-TV-Plänen für das eigene Kabelnetz helfen könnte. Zudem hat sich die Telekom für ihre Satelliten ausgerechnet die Himmelsposition ausgesucht, die SES für eine neue Astra-Generation (Start: Herbst 1997) einplant. Das führte zu erheblichen Verstimmungen im Verwaltungsrat der SES. Es gebe eine weltweite Ausschreibung, erklärte ein Telekom-Sprecher, nur so bekomme man „die günstigsten Bedingungen“. Astra könne sich ja auch bewerben.

zwei Jahren ist er bei den unter 50jährigen sogar um ein Viertel gefallen.

**Deppendorf:** Für uns sind alle Zuschauerer wichtig. Nicht nur die unter 50jährigen. Von Januar bis Oktober lagen wir mit 30,8 Prozent Marktanteil weit vorn, wenn man die „Tagesschau“ in den Dritten und bei 3Sat mitzählt. Da bröckelt nichts, wir haben sogar zugelegt. Am 2. Januar starten wir eine „Tagesschau“ um 17 Uhr, bei der wir uns um jüngere Präsentation bemühen wollen. Es ist die erste „Tagesschau“ mit Moderation. Geplant sind Themen, die bislang nicht vorkamen: Theater, Rockmusik, bis hin zu ein bißchen Boulevard.

**SPIEGEL:** Ein Modell für die 20-Uhr-„Tagesschau“?

**Deppendorf:** Nicht unbedingt. Sie ist ja schließlich das erfolgreichste Produkt der ARD. Zudem haben wir uns immer verändert, aber sehr behutsam. So werden wir 1996 ein modernes Design einführen. Es wird räumlicher und erinnert an ein Computerbild.

**SPIEGEL:** Denken Sie wegen des neuen Ladenschlußgesetzes über eine Verlegung auf 21 Uhr nach, wie es die Einzelhändler fordern? **Deppendorf:** Nonsense. Dann müßten die Einzelhändler in den USA ein Verbot aller News-Shows fordern, denn dort haben die Läden 24 Stunden geöffnet.

