

Gross hofft Stolte, das angeschlagene Image des Hauses neu aufzupolieren.

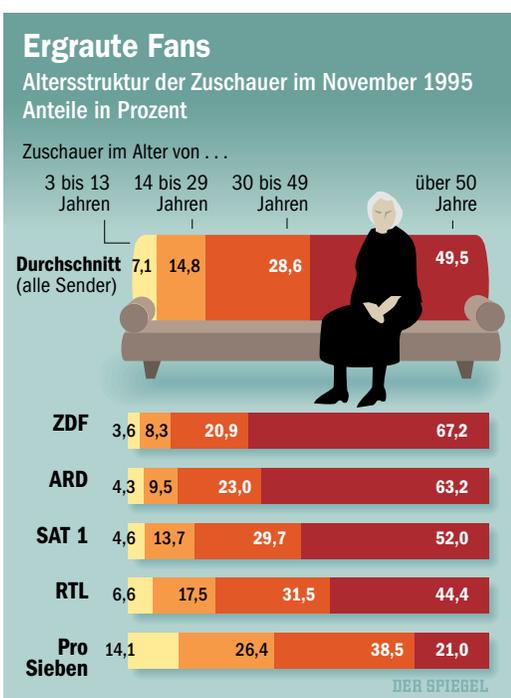
In zehn Thesen – Überschrift: „Vom Markt zur Marke“ – hat sich Stolte vor seinen Fernsehräten jüngst vom direkten Duell mit den Privaten verabschiedet: „Nicht Quote um jeden Preis, sondern Quote durch Qualität“ gibt er als neues Ziel vor. Rechtzeitig beugt er so weiteren Einbrüchen beim Publikum vor.

Das bevorstehende Zeitalter des digitalen Fernsehens, das Hunderte von Kanälen und viele Multimedia-Dienste technisch möglich macht, will der ZDF-Chef zur Auffrischung nutzen. Er plant eine eigene Online-Redaktion und Dutzende CD-Rom-Produkte zu etablierten Sendungen.

Als „Stuereinheit für die Zukunft“ (Stolte) ist die Tochterfirma ZDF Enterprises GmbH vorgesehen, die bisher Programme handelt. Bis zu 49 Prozent der Anteile bietet das ZDF potentiellen Investoren an. Ihm sei im Prinzip jeder recht, „der im Multimedia-Markt Geld investieren will“, sagt Stolte – egal, ob Bank, Großhändler oder Industriegigant.

Die so gestärkte ZDF-Tochter soll eine Reihe von Mini-Beteiligungen – bis zu zehn Prozent – an neuen Sparten sendern übernehmen. Stolte möchte so in den Zukunftsmarkt mit dem Pay-TV einsteigen. Bezahlen will Stolte über die Verrechnung von Programm vorräten, die er in die neuen Sender einbringt.

Mit dem Münchner Medienunternehmer Leo Kirch, der über zwei Jahrzehnte lang das ZDF mit Spielfilmen und Serien



beliefert hat, spricht der Intendant über Spartenkanäle für Dokumentationen, Kinderprogramme und „Golden Oldies“. Alte ZDF-Shows mit Peter Frankenfeld und Hans Rosenthal könnten dann neu vermarktet werden. Aber auch mit Bertelsmann, dem RTL-Großgesellschaftler CLT und dem Holzbrinck-Konzern (*Handelsblatt*) ist Stolte im Gespräch.

Die besten Visionen nützen freilich nichts, wenn das Geld fehlt. Deshalb hat

Stolte für die Zeit von 1992 bis 2000 ein Sparvolumen von insgesamt 2,4 Milliarden Mark errechnet. 600 von 4000 Stellen sollen gestrichen werden. Für die Grobarbeit sind die Berater der Firma McKinsey zuständig, die auf Jahre hin einen Dauerjob in Mainz haben. Jüngster Sparvorschlag: Die Redakteure sollen künftig als „Ein-Mann-Team“ losziehen, mit Kamera, Tontechnik und Beleuchtungsgerät.

Auch zusätzliche Erlöse will der studierte Philosoph und Germanist Stolte mit unkonventionellen Methoden hereinholen. So vermietet das ZDF zum Beispiel Kapazitäten im Studio Düsseldorf an Sat 1. Am 7. und 8. Juni vergab die Anstalt sogar Räume im Hauptquartier auf dem Mainzer Lerchenberg an die VAG Bank des Volkswagen-Konzerns, Moderatoren inklusive.

Vor 460 VW- und Audi-Händlern warb das Finanzhaus für einen neuen Autokredit, zunächst im ZDF-Fernsehgarten, später vor der Kulisse des „Aktuellen Sportstudios“. Brigitte Bastgen, attraktive Sprecherin der Nachrichtensendung „heute“, lockerte die Stimmung, ehe der langjährige Sportmoderator Dieter Kürten übernahm.

Im Stil des „Aktuellen Sportstudios“ befragte der Fernsehmann VW-Banker sowie Sportgäste, etwa zwei Fußballer des VfL Wolfsburg. Auch zum Torwandschießen traten die Interviewpartner an. Kürten keck zum VW-Finanzprodukt: „Ich kann nicht anders, ich sage es so, wie es ist: Ich bin beeindruckt.“

Die innovative Produktshow auf dem Anstaltsgelände brachte dem ZDF schätzungsweise eine gut sechsstelligen Summe. Auch ein Video (Titel: „Knall gut“) ließ Volkswagen drehen, freilich nur zu „internen Zwecken“, wie ein Marketingmanager sagt.

Seine Umtriebigkeit als ehrgeiziger Manager hat Stolte schon einen „Sparlöwen“ vom Bund der Steuerzahler in Bayern eingebracht, den er stolz neben Trophäen wie „Bambi“ und „Goldene Kamera“ auf dem Bord seines Panoramafensters im 14. Stock der ZDF-Zentrale platziert hat.

Der Intendant, dessen Wiederwahl am 23. Februar ansteht und als sicher gilt, gefällt sich in der neuen Rolle des Sanierers, von ihm könnten auch die Kollegen von der ARD noch was lernen. Er sei halt „keiner, der auf Party mit einem Sektglas rumsteht“, so Stolte. „Führen“, verkündet er, „hat etwas mit Vorangehen zu tun und nicht mit Hinterherlaufen.“ □

Schnitt beim Rivalen

ZDF-Geheimpapier über die Zukunft der ARD

Der Streit um die Aufteilung der Gebühren hat die öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF entzweit. In einem internen, bisher geheimgehaltenen Grundsatzpapier vom 11. Mai fordern die Mainzer einen Abbau des Konkurrenten. So sollten die dritten Programme wieder auf regionale Aufgaben zurückgeführt werden. „Spielfilme, Übertragungen von internationalen und nationalen Sportereignissen und ähnliches“ hätten dort nichts zu suchen, befinden Stoltzes Strategen, die Länderregierungen sollten deshalb bei den Dritten künftig den „ordnungspolitischen Gesichtspunkt der Stärkung regionaler Vielfalt“ stärker beachten.

Auch über die Struktur der ARD macht sich das ZDF Gedanken. „Kleinrundfunkanstalten“ wie Ra-

dio Bremen, Saarländischer Rundfunk und Sender Freies Berlin seien nicht leistungsfähig genug, analysiert das ZDF. Vielmehr müßten sich nach dem NDR und MDR weitere Mehrländeranstalten bilden. Damit könne eine Verringerung der Zahl der dritten TV-Programme von derzeit acht auf fünf erfolgen, raten die Mainzer.

Und schließlich empfehlen die Fernsehexperten – „unter dem Gesichtspunkt der Kostenbelastung des Gebührenzahlers“ – Einschnitte beim ARD-Radio. Statt etlicher landesweiter Musikwellen könnten künftig jeweils fünf Pop- und Klassikprogramme deutschlandweit laufen.

Seinem Fernsehrat hatte Stolte angekündigt, er wolle das Positionspapier noch 1995 zur Diskussion stellen. Bislang aber blieb die brisante Arbeit unter Verschuß.