

German TV geht optimistisch auf den US-Markt

Auslandskanal von ARD, ZDF und DW gestartet / Gewinnschwelle bis 2009 / Private Konkurrenz gibt sich gelassen

Erik Bettermann, Intendant der **Deutschen Welle** (DW), will in drei Jahren entscheiden, ob der neue Auslandssender **German-TV** auch außerhalb des nord-amerikanischen Raumes ausgestrahlt wird. Nur wenn nach Ablauf dieser Frist der Break-Even in Sicht sei, könne über eine Ausdehnung des Gemeinschaftsprojektes von **ARD**, **ZDF** und **DW** als Free-TV nach Südamerika und Asien nachgedacht werden, sagte Bettermann beim offiziellen Start von German-TV in der Berliner DW-Vertretung. Zusammen mit dem ARD-Vorsitzenden **Fritz Pleitgen** und ZDF-Intendant **Prof. Dr. h.c. Dieter Stolte** hatte der Intendant der Deutschen Welle, bei der die rundfunkrechtliche Hoheit für German TV liegt, am Freitag symbolisch den Startknopf für das Programm gedrückt, das zunächst nur als Pay-TV in den USA zu sehen sein wird.

Da es in den USA mindestens eine Million deutschsprachige Haushalte gibt, sind die Intendanten zuversichtlich, dass sich der Auslandskanal auf dem „härtesten Medienmarkt der Welt“ (Bettermann) durchsetzen wird. Der Break-Even soll innerhalb der nächsten sieben Jahre erreicht werden. Nötig sind dafür mindestens 70.000 Abonnenten, die monatlich 15 Dollar für das deutschsprachige Programm bezahlen. Als Anschubfinanzierung stellt der Bund bis 2005 jährlich 5,1 Millionen Euro zur Verfügung. ARD und ZDF liefern je 40 Prozent des Programms, das aus Formaten wie „Tagesschau“, „heute journal“, „Sabine Christiansen“, „Johannes B. Kerner“, „Wetten, dass...“, „Tatort“ und „mit der Maus als Straßenfeger“ (Pleitgen) besteht. Dabei stellen die öffentlich-rechtlichen Sender nur Kosten für Verwaltung, TV-Rechte und Technik in Rechnung.



Stolte, Pleitgen, Bettermann

Grundsätzlich ist die Programmlieferung also kostenfrei. Rundfunkgebühren werden dafür aber nicht ausgegeben, betonen die drei Intendanten. Als besonderes Highlight preist Bettermann die zeitversetzte Berichterstattung über die Fußball-Bundesliga an. Es ist auch möglich, im Pay-per-View-Verfahren ein Spiel der Woche live zu verfolgen.

Ausgestrahlt wird German TV über die Satelliten des Anbieters **GlobeCast**. Das Problem dabei: Der private Konkurrent **Channel D** benutzt einen anderen Satelliten, so dass US-Bürger, die beide Programme empfangen wollen, zwei verschiedene Receiver und Schüsseln benötigen. Nach Meinung von Channel-D-Programmdirektor **Karl-Otto Saur** hat sich German TV aus „rein emotionalen Gründen“ dagegen entschieden, den gleichen Satelliten wie Channel D zu mieten. Bettermann sieht das ganz anders: Demnach haben die Attraktivität des Partners, die Konditionen und insbesondere die Option, über GlobeCast mittelfristig auch ins Kabelnetz eingespeist zu werden, den Ausschlag gegeben. Eine künftige Kooperation mit Channel D „im Sinne der gemeinsamen Verantwortung der medialen Außenrepräsentanz der Bundesrepublik“ will der DW-Intendant aber nicht ausschließen. Diese käme

aber erst dann in Betracht, wenn beide Seiten „in der Anfangszeit ihre Erfahrungen gemacht haben“, so Bettermann weiter. Insgesamt sehen er und German-TV-Programmgeschäftsführer **Dr. Wolfgang Krüger** in Channel D eher eine Ergänzung als eine Konkurrenz, da es unterschiedliche Märkte für die beiden Auslandssender gebe. Außerdem glaubt Bettermann, dass das Duale Rundfunksystem, das es in Deutschland gibt, auch weltweit möglich ist. Eindeutiger Vorteil für German-TV sei die zeitnahe Übertragung des Programms: Nachrichtensendungen werden bereits eine Stunde später, der Rest 24 Stunden nach der Erstausstrahlung gesendet. Channel D bietet dagegen fast nur Archivware an.

Saur sieht der öffentlich-rechtlichen Konkurrenz trotzdem gelassen entgegen: „Wir sind der Überzeugung, dass wir einen Vorsprung haben und manches schon wissen, was die Deutsche Welle noch schmerzlich erfahren wird“. Zudem könne der im September gestartete Sender als Archivprogramm mehr auf die Bedürfnisse der Zuschauer eingehen, die ein „sentimentales Deutschlandbild“ haben. Ferner setzt Saur auf den seiner Meinung nach noch bestehenden Unmut vieler US-Amerikaner über die Deutsche Welle. Dieser sei entstanden, weil die Deutsche Welle sang- und klanglos ihr Programm auf ein reines Informationsangebot umstellte. Das habe viele Zuschauer, die sich gerade für den Empfang der Deutschen Welle eine Satellitenanlage angeschafft hatten, verärgert, weil sie viel Geld für ein unerwünschtes Programm ausgegeben hätten. „Da gibt es eine tiefe Verärgerung, die uns ein bisschen nützt“, so Saur, der bis Ende Januar 1.200 Abos verkauft hatte. ti