

# „Die Zeit der Genre-Booms ist vorbei“

ti-talk mit ProSieben-Geschäftsführer Nicolas Paalzow

**text intern** ProSieben hat im vergangenen Jahr die Marktführerschaft bei den 14- bis 29-Jährigen an RTL abgegeben. Auch in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen liegt RTL klar vorn. Sie können mit dieser Situation nicht zufrieden sein. Welche Ziele haben Sie sich für dieses Jahr gesetzt?

**Paalzow** Bei den unter 30-Jährigen wollen wir wieder Marktführer werden. Das nehmen wir uns in diesem Jahr ganz fest vor. Bei den 14- bis 49-Jährigen ist RTL deutlich vor uns. Wir sind aber andererseits auch ganz klar die Nummer zwei. Ich habe keine Probleme mit dieser Konstellation. Trotzdem müssen wir versuchen, auch bei den 14- bis 49-Jährigen zu wachsen. Das ist unser Ziel.

**text intern** 2000 war das Jahr des Reality-Fernsehens, 2001 stand ganz im Zeichen der Quiz-Shows. Welches Genre wird Ihrer Meinung nach das Programmjahr 2002 bestimmen?

**Paalzow** Ich glaube, es wird keinen Boom von Genres mehr geben. Es wird einfach nur noch gute und schlechte Formate geben. Wichtig ist, dass man als Sender die guten Formate hat, egal von welchem Genre.

**text intern** Die Süddeutsche Zeitung hat vor kurzem einen Artikel über Doku-



Nicolas Paalzow

mentarfilme bei privaten Sendern geschrieben und dabei den Privaten ein vernichtendes Zeugnis ausgestellt. Sehen Sie die Notwendigkeit, bei ProSieben etwas in dieser Richtung zu ändern?

**Paalzow** Ich finde, das bleibt das Problem der Süddeutschen, diese Einordnung vorzunehmen. Die Privaten haben sicherlich einen anderen Anspruch an bestimmte Formen von Dokumentationen und haben sicherlich auch andere

Auswahlkriterien für Inhalte von Dokumentationen. Pauschalurteile dieser Art sind erlaubt, aber sie entsprechen nicht unbedingt der Realität.

**text intern** Welche Dokumentationen haben Sie für dieses Jahr geplant?

**Paalzow** Wir haben allein 50 Sendeplätze für die ProSieben-Reportage. Zudem strahlen wir ein großes TV-Event aus, nämlich die BBC-Prime-Time-Dokumentation „Die Erben der Saurier“. Wir schaffen da, wo es die Qualität erlaubt, Sendeplätze für Dokumentationen. Es wäre Quatsch zu sagen, dass man hier Genres von vornherein benachteiligt.

**text intern** Sie bringen jetzt das neue Format „Galileo – The Game“, mit dem Sie auf den Quiz-Zug aufspringen. Eine Studie hat aber kürzlich herausgefunden, dass die Deutschen quizmüde sind. Meinen Sie nicht, dass Sie mit diesem Format etwas zu spät kommen?

**Paalzow** Wenn die Deutschen quizmüde sind, dann ist das in erster Linie das Problem von Günther Jauch und RTL. Wir setzen bei „Galileo – The Game“ nicht darauf, dass es ein Quiz ist, sondern dass wir den Transfer von der Marke Galileo schaffen, einem täglichem Wissensmagazin, dessen Inhalte wir nun in spielerischer Form verarbeiten. Das ist jetzt mehr oder weniger die sechste „Galileo“-Sendung der Woche und insofern kein neues Quiz und kein Aufspringen auf irgendeinen Zug. Wir hätten das nicht gemacht, wenn es nicht ganz dicht am Thema „Galileo“ dran wäre.

**text intern** Mit welchen Gefühlen gehen Sie in die Fusion der ProSiebenSat.1-Gruppe mit Kirch-Media. Befürchten Sie, dass sie künftig für noch mehr unrentable Unternehmen Geld mitverdienen müssen?

**Paalzow** Überhaupt nicht. Gefühle sind bei dieser Fragestellung nicht wirklich relevant. Zum einen bestreite ich diese Fusion nicht, zum anderen wird an dem erfolgreichen Kurs, den ProSieben steuert, kein Gesellschafter etwas ändern wollen.

## Das plant ProSieben für 2002

ProSieben setzt in diesem Jahr auf noch mehr Unterhaltung mit noch mehr Comedy und Shows. In der Comedy-Sparte erhält das Kabarett-Duo Erkan & Stefan mit „headnut.tv“ eine eigene Sendung, der Comedian Michael Mittermeier geht mit seinem Bühnenprogramm „Back to Life“ und Quatsch Comedy Club“-Moderator Thomas Hermann mit dem „Pop Club“ an den Start. Außerdem feiert die britische Comedy-Serie „League of Gentlemen“, welche die „Rose von Montreux“ gewann, ihre Deutschland-Premiere, Stefan Raab meldet sich mit „WM total“ von der Fußball-Weltmeisterschaft. Für mehr

Show sollen die Quiz-Sendung „Galileo – The Game“, die Personality-Show „Absolut Schlegl“, die interaktive Abenteuershow „Mission: Germany – Agenten für 30 Tage“ mit Sky Du Mont und die Mystery-Abenteuershow „The Project“ sorgen. Im Spielfilm-Bereich gibt es 200 Erstausstrahlungen, unter anderem „Star Wars: Episode One“, „8 MM – Acht Millimeter“, „The Sixth Sense“ und „Gottes Werk und Teufels Beitrag“, An Eigenproduktionen bietet ProSieben unter anderem die Zweiteiler „Ooperation Rubikon“ mit Maria Schrader und „Das Jesus Video“ sowie die Krimi-Serie „Alicia“. ti