



Fernsehen für Senioren

41-Jähriger will TV-Kanal für über 50-Jährige gründen

Georg Hiller, Geschäftsführer der im Oktober gegründeten **TV 50 plus Rundfunk- und Mediendienste GmbH**, hat bei der sächsischen Landesmedienanstalt **SLM** eine Lizenz für die Ausstrahlung eines bundesweiten Satellitenprogramms beantragt. Es soll sich in erster Linie an über 50-jährige Zuschauer richten soll. Was dieses Programm genau beinhaltet, darüber schweigt sich Hiller allerdings noch aus. Erst Ende Januar will sich der 41-jährige offiziell äußern. Zuvor müsse die Firma noch personell strukturiert und weitere Investoren gefunden werden. Über das, was für Deutschlands Senioren über den Bildschirm flimmern soll, kann daher nur gemutmaßt werden. Laut **Andreas Richter** von der SLM will Hiller ein umfassendes TV-Programm für Senioren veranstalten. Mehr kann auch der Medienwächter, der

über den Lizenzantrag mitentscheiden muss, noch nicht sagen. Nur die Handelsregistereintragung von TV 50 plus lässt erahnen, was Hiller vorhat: Demnach ist Gegenstand der Firma die „Entwicklung, Vermittlung und Vermarktung von digitalen und analogen Datenbanken, insbesondere unter Beachtung der gesetzlichen Zulässigkeitsvoraussetzungen, die Veranstaltung von Rundfunk- und Mediendiensten mit einer Zielgruppe ab 50 Jahren sowie die Vermarktung und Nutzung von Digitalisierungs- und Internet-Technologien und damit im Zusammenhang stehender Beraterleistungen“. Bis zum 16. Januar hat Hiller noch Zeit, seine Pläne zu konkretisieren. Denn dann muss er bei der Sitzung des SLM-Programmausschusses, der seinen Antrag zurzeit prüft, Rede und Antwort stehen. ti

„Die Zielgruppen wurden neu erforscht“

ti-talk mit Georg Hiller, Geschäftsführer und Inhaber des geplanten Seniorensenders TV 50 Plus

textintern *Wie kamen Sie als 44-Jähriger auf die Idee, einen Fernsehsender für über 50-Jährige zu gründen?*

Hiller Aufgrund meiner langjährigen Tätigkeit in der Werbefilmbranche weiß ich von diversen Werbe-Agenturen, dass die Zielgruppen neu erforscht wurden. Ergebnis: Das Höchstalter der für die Werbewirtschaft interessanten Zielgruppen kann nicht bei 49 Jahren liegen. Das war für mich der große Hauptfaktor.

textintern *Sie meinen also, dass die Werbewirtschaft bereit ist, diese Einteilung der Zielgruppen zu ändern. Kabel-1-Geschäftsführer Andreas Bartl hat beispielsweise vor kurzem berichtet, dass die Werbewirtschaft zwar weiß, dass die über 50-Jährigen immer noch kräftig konsumieren. Trotzdem seien die Werber aber nicht bereit, deshalb mehr für die Werbung zu bezahlen. Das heißt: Man nimmt die älteren Zuschauer für den gleichen Preis einfach mit.*

Hiller Die Werbetreibenden sind schon bereit, dafür etwas zu bezahlen. Es geht jetzt nur darum, die Werbebudgets entsprechend umzuschichten und konkret einzusetzen. Bislang war ja kein zielgerechter Einsatz möglich.

textintern *Ein weiteres Problem ist, dass Senioren nicht gern als solche angesprochen werden wollen. Sie gucken Studien zufolge lieber Sendungen, die sich an jüngere Zuschauer richten.*

Hiller Unsere Umfragen und Marktforschungen haben sehr wohl eine sehr große Resonanz bei älteren Zuschauern aufgezeigt. Mehr als 70 Prozent der befragten Senioren würden bei einem auf sie zugeschnittenen Programm sehr gern einschalten.

textintern *Wie soll dieses Programm aussehen?*

Hiller Es wird hauptsächlich aus ganz normalen Nachrichten- und Informationssendungen bestehen. Dazu kommen Themen wie Haus, Hof, Heim und Garten, selbstverständlich auch Unterhaltung. Aber gegliedert nach den Zielgruppen 50 bis 59 Jahre, 60 bis 69 und

ab 70 Jahre. Denn es gibt auch Marktforschungen darüber, welche Altersgruppen über 50 zu welchen Tageszeiten welche Sendungen sehen. Und gerade dieses Publikum guckt täglich 245 Minuten fern. Die bis 49-Jährigen dagegen nur maximal 165 Minuten.

textintern *Die Senioren haben auch mehr Zeit. Aber haben sie auch das Geld, um die im Fernsehen beworbenen Artikel zu kaufen?*

Hiller Das Geld ist da. Schließlich stehen die 50-59 noch voll im Berufsleben. Der zweite Punkt ist, dass die ältere Generation auch für die jüngere Generation sorgt, d.h. am Wochenende holt man sich Rat und Tat von den Eltern und Großeltern.

textintern *Bedeutete die Zielgruppen-Strategie, dass Themen wie Rente und Altersleiden an erster Stelle stehen?*

Hiller Nein. Man darf nicht ausgrenzen. Man darf nicht sagen, dass die Nachrichten ab 50 für die über 50-Jährigen explizit gemacht werden. Man muss die Meinungen, die für die bis 49-Jährigen aktuell sind, selbstverständlich auch mit einbeziehen. Alles Nähere bleibt der neuen Programmdirektion und der neuen Geschäftsführung überlassen, die wir im

April vorstellen werden. Ich selbst werde mich dann aus dem operativen Geschäft zurückziehen und voraussichtlich in den Aufsichtsrat wechseln.

textintern *Zu den Spielfilmen und Serien: Setzen Sie in erster Linie auf Klassiker, die bei den Senioren Erinnerungen wecken?*

Hiller Wir werden selbstverständlich auch Klassiker mit einbeziehen. Das ist gar keine Frage. Aber hauptsächlich werden wir Themen und Filme zeigen, die auf die Zielgruppe zugeschnitten sind. Aber wie gesagt: Wir wollen das Jugendthema bis 49 Jahren nicht ausgrenzen. Es wird also auch Sendungen geben, die vielleicht auch Jugendliche gucken. Das ist eine Mischfunktion.

textintern *Woher nehmen Sie das Geld für die Anschubfinanzierung und wie hoch ist die Summe?*

Hiller Wir haben mit mehreren Banken Gespräche geführt. Die sind auch bereit mitzumachen. Die Gespräche sind sehr weit fortgeschritten. Die Anschubfinanzierung für dieses Jahr liegt bei 15 Millionen Euro, für 2003 bei etwa 40 Millionen Euro. Die neue Führung will aber erst Ende 2003 mit der Ausstrahlung beginnen. Wir haben also noch sehr viel Zeit.

TV 50 Plus - Ein Sender für Senioren

Der werbefinanzierte Senioren-Kanal TV 50 Plus soll ab Ende 2003 analog über einen Astra-Satelliten ausgestrahlt werden. Bis 2005 will der Geschäftsführer der Betreiberfirma TV 50 Plus Rundfunk- und Mediendienste GmbH, Georg Hiller, die Gewinnschwelle erreichen. Das Vollprogramm wird von 5.30 Uhr morgens bis 1 Uhr nachts laufen. Danach gibt es Wiederholungen der Tagessendungen. Die Beiträge will Hiller, der in der Vergangenheit unter anderem die TV-Serie „SK Kölsch“ produziert und als Herstellungsleiter von „Wolffs Revier“, „A.S.“ sowie „Poli-



zeiruf 110“ gearbeitet hat, zu fünf bis zehn Prozent selbst produzieren. Dazu soll das Team langfristig von jetzt sieben auf 100 Mitarbeiter wachsen. Einen Vermarkter gibt es noch nicht. Die zuständige sächsische Landesmedienanstalt SLM rechnet mit einer Lizenzierung bis Mitte des Jahres.