

TV-MANAGER

„Wir brauchen Zirkus“

Der frühere RTL-Chef Helmut Thoma über die Sparwellen im Privatfernsehen und die Krise des Systems



Thoma, 67, leitete von 1984 bis 1998 den Kölner Privatsender RTL, der in der Ära des Österreichers zum Marktführer avancierte. Thoma ist heute als Medienberater tätig.

SPIEGEL: Herr Thoma, ist das hiesige Fernsehen noch zu retten?

Thoma: Die Hoffnung stirbt zuletzt, aber das einst wichtigste Leitmotiv der Sender dankt gerade ab, nämlich die Kreativität. Es regieren nicht mehr die Fernsehmacher, sondern die Controller. Das merkt man selbst bei RTL, das im großen Bertelsmann-Reich hauptsächlich zweierlei sein darf: Gewinn-Gegengewicht für Ertragsausfälle in anderen Sparten wie dem Musikgeschäft sowie ein Mittel zum Abbau der Verschuldung. Am Beispiel des anstehenden Verkaufs von ProSiebenSat.1 zeigt sich zudem, dass das Fernsehgeschäft generell nur noch für eine ganz besondere Klientel interessant ist: ausländische Finanzinvestoren.

SPIEGEL: Sie haben uns früher mit Innovationen wie „Tutti Frutti“ oder „Peter Steiners Theater-Stadt“ beglückt. Das war auch nicht gerade die Speerspitze raffinierter TV-Unterhaltung ...

Thoma: ... aber damals notwendig, weil es unsere Reichweite erhöhte. Wir mussten auffallen. Außerdem hat Fernsehen nun mal eine Entspannungsfunktion. Und schauen Sie sich das RTL-Programm heute an: von „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ bis zur Autobahnpolizei „Alarm für Cobra 11“ alles noch Formate aus meiner Zeit. RTL wird als Cashcow sehr oft gemolken und obendrein scharf auf Diät gesetzt. Gesund ist das nicht, auch wenn es für sehr gute Bilanzen sorgt.

SPIEGEL: Haben tatsächlich die Controller nun die Macht, oder beherrscht die jüngere Generation der Fernsehmacher das Kostendruck selbst schon?

Thoma: Die Grenzen verschwimmen. Schlimm ist, dass programmliche Kreativität dabei komplett ihre Bedeutung verliert. Vieles wird zwar ausprobiert, aber dann fehlt der Atem, etwas durchzuhalten. Stattdessen wird wieder unheimlich viel mit US-Konserven operiert. Zurzeit kehren viele Sender in die Frühzeit des Privatfernsehens zurück. Der Unterschied: Vor 20 Jahren konnten sich die Verantwortlichen Eigenproduktionen nicht leisten, heute wollen sie derlei nicht mehr.



Neun-Live-Show, RTL-Erfolg „Alarm für Cobra 11“, Sat.1-Hit „Verliebt in Berlin“: „Das einst wichtigste

SPIEGEL: Dennoch schaut der Deutsche im Schnitt 211 Minuten fern – täglich. Auf jeden, der gar nicht guckt, kommt also rein statistisch quasi ein Dauerglotzer.

Thoma: Das Phänomen der Nutzungszeiten wird für die gesamte Medienbranche künftig entscheidend werden. Denn wie lange wird man solche Zahlen noch halten können? Und wenn man sie hält, was bleibt noch für Zeitungen, Bücher oder andere klassische Medien übrig?

SPIEGEL: Sie werden auf Ihre alten Tage noch zum Kulturpessimisten?

Thoma: Das hat ja mit Kultur nichts zu tun. Als ob Lesen ein Wert an sich wäre! In der Geschichte der Menschheit wurde schon weit mehr Schwachsinn geschrieben, als das Fernsehen in seiner kurzen Geschichte je versenden könnte.

SPIEGEL: Wer schaut drei, vier, fünf oder mehr Stunden pro Tag Fernsehen?

Thoma: Die vielverhöhten Unterschichten allein jedenfalls nicht. Die gebildetsten Zu-

schauer sehen oft die vermeintlich dümmsten Programme. Machen wir uns nichts an: Fernsehen liefert immer noch das günstigste Freizeitprogramm. Andererseits: Was wurde früher die segensreiche Wirkung eines Kulturkanals wie Arte beschworen. Und? Wer schaut's wirklich? Die Quoten sind minimal. Arte ist das teuerste Feigenblättchen der Republik.

SPIEGEL: Fernsehen hat nicht nur einen Unterhaltungsauftrag, sondern auch einen Informationsauftrag. Das heißt sich doch mit dem Trend zur Ökonomisierung, den Sie gerade diagnostizieren. Denn nichts ist schwerer auf ein rentables Fundament zu stellen als das Nachrichtengeschäft.

Thoma: In den USA werden TV-Informationsprogramme immer weiter zurückgedrängt. Dabei sind Nachrichten für Vollprogramme enorm wichtig. Es gibt zurzeit hier bei uns noch eine gewisse Scheu, die Heckenschere anzusetzen. Aber lassen Sie mal die erste echte „Heuschrecke“ über

ProSiebenSat.1 herfallen ... da werden die ohnehin nur noch homöopathischen Infodosen als Allererstes rasiert.

SPIEGEL: Ausländische Finanzinvestoren haben nicht nur die Münchner Senderkette im Visier, sondern das gesamte hiesige Mediengeschäft. Wird die Branche durch diese Renditejäger neu gemischt?

Thoma: Ja – einerseits. Andererseits darf man nie vergessen: Wer sitzt denn vor den immer größer werdenden Plasma-TV-Breitband-Dolby-Surround-Anlagen in den Wohnzimmern? Menschen. Und die ändern sich nicht so schnell. Entscheidend wird sein, dass ich die Zuschauer erreiche. Erreichen kann ich sie nur mit herausragenden Programmen.

SPIEGEL: Finanzmanagern ist es doch letztlich wurst, ob sie Fischstäbchen verkaufen oder Fernsehen.

Thoma: Stimmt, aber das ist ja zugleich deren Denkfehler. Diese Investoren begreifen ihr Engagement als Ehe auf Zeit, die Schei-

ding ist eingepreist. Das werle ich dann nicht vor, denn das ist ihr Geschäft. Das wird so lange gemacht, bis wie beim Pilotenspiel am Ende der Nahrungskette ...

SPIEGEL: ... die Dümmlen auf Schulden und Senderbeteiligungen hocken? Gruselige Vorstellung ...

Thoma: ... aber ein realistisches Szenario. Leidtragende werden auf jeden Fall die Zuschauer sein. Denn ich mache nicht schon dadurch erfolgreiches Fernsehen, dass ich weiß, wie ich es am billigsten mache.

SPIEGEL: Wer sollte bei ProSiebenSat.1 zum Zuge kommen, wenn nicht „Heuschrecken“? Kartellamt und Medienwächter haben auch der Axel Springer AG einen Einstieg verboten.

Thoma: Absurd genug! Früher gehörte die Senderkette Leo Kirch, der wiederum an Springer beteiligt war, riesige Filmklager besaß und weitverzweigte Produktionsgesellschaften. Daran haben sich weder Konzentrationswächter noch Kartellamt

verhindert oder zumindest verlangsamt werden.

SPIEGEL: Und wie?

Thoma: Durch Programm, Programm, Programm. Gerade jetzt erwächst durch das Breitbandgeschäft eine nie dagewesene, gigantische Konkurrenz. Die Telekommunikationsriesen müssen ihre Kabel mit Inhalten füllen. Und die haben Geld. Allein bei der Versteigerung der hiesigen UMTS-Lizenzen wurden 50 Milliarden Euro auf den Tisch gelegt. Damit hätten sie quasi die gesamte deutsche Medienlandschaft kaufen können. Die Schlacht um exklusive Inhalte wird entsprechend hart werden. Sie beginnt gerade erst.

SPIEGEL: Das klassische TV-Geschäft zerbrösel doch längst. In den Vereinigten Staaten haben die drei größten Netzwerke einen gemeinsamen Marktanteil von nur noch 30 Prozent.

Thoma: Stimmt. Und diese Zersplitterung beginnt in Deutschland gerade erst. Mit 14

SPIEGEL: Bitte?

Thoma: Damals hatten wir als Late-Night-Talker gerade Thomas Gottschalk gewonnen. Und der bat quasi darum, dass wir seinen Kumpel Jauch auch irgendwo unterbringen, der damals ziemlich unbekannt war. Heute ist er der vielseitigste Star der Branche. Nur wurde bei RTL in den vergangenen Jahren fast nie mit Herrn Jauch geredet. Man wusste, dass er gern eine politische Talkrunde moderieren würde, aber RTL hat diesen Wunsch nicht erfüllt. Kein Wunder, dass er sich jetzt peu à peu von dem Sender verabschiedet.

SPIEGEL: Einem familiengesteuerten Unternehmen wie der RTL-Mutter Bertelsmann müsste man eigentlich langfristige Strategien unterstellen ... im Sinne der Zirkusdirektoren.

Thoma: Wussten Sie, dass zum Einflussbereich Bertelsmann bis in die siebziger Jahre hinein eine der größten Hühnerfar-



Leitmotiv der Sender dankt gerade ab, nämlich die Kreativität“

gestört. Nun versuchen ein paar spätere Wächter 68er, sich noch mal selbst zu verwirklichen. Nur: Wenn etwa die Gasprom oder Silvio Berlusconi hierzulande Fernsehsender übernehmen wollten, könnten diese Leute das gar nicht verhindern. Im Übrigen wird die Frage spätestens dann aktuell werden, wenn in zwei bis drei Jahren die Finanzinvestoren, die bei ProSiebenSat.1 höchstwahrscheinlich den Zuschlag erhalten, wieder aussteigen.

SPIEGEL: Waren Sie selbst eher der letzte Zirkusdirektor des deutschen Fernsehens – oder sein bedeutendster Totengräber?

Thoma: Wenn schon, dann natürlich Zirkusdirektor. Und ich prognostiziere sogar, dass die Zirkusdirektoren zurückkommen werden. Wir brauchen Zirkus. Es geht gar nicht anders. In der dank neuer Techniken gerade entstehenden Vielfalt von Programmen werden die Reichweiten der Etablierten weiter zurückgehen. Diese Entwicklung kann nur mit originellen Inhalten

Prozent kann die ARD schon Marktführer sein. Bald werden 10 reichen.

SPIEGEL: Unser Mitleid hält sich in Grenzen, wenn wir sehen, wie sich schon jetzt etliche kleinere Sender nachts zu einer Mischung aus Casino und Quiz-Abzocke, Shopping-Kanal und bebildertem Telefonsex nach dem Muster von Neun Live entwickeln ...

Thoma: ... dessen Erfolg letztlich sogar mich überrascht hat. Und das werden immer mehr, einfach, weil mit Zuschaueranrufen gutes Geld zu verdienen ist. Noch. Mit Fernsehen im klassischen Sinn hat das natürlich gar nichts mehr zu tun.

SPIEGEL: Wie ist es um Ihren alten Heimatseher RTL bestellt?

Thoma: Das Kölner Top-Management in der Gestalt von Frau Anke Schäferkordt funktioniert offenbar ganz vorzüglich im Sinne der Rentabilitätssteigerung. Das Programm lebt von Ideen der Vergangenheit. Selbst Günther Jauch als RTL-Star geht ja auf meine Zeit zurück.

men der Republik gehörte? Diese eher ländlich-rustikale Mentalität wurde in Gütersloh auf geschickte Art und Weise konserviert. Sie hat auch in einigen Geschäftsbereichen durchaus Vorteile. Die elektronischen Medien aber blieben für Bertelsmann immer etwas Geheimnisvolles. Als sei ein großer landwirtschaftlicher Betrieb durch Zufall in den Besitz einer atomaren Wiederaufarbeitungsanlage gekommen. Alle nehmen dankend das Geld, haben's schön warm und sind froh, wenn niemand verstrahlt wird.

SPIEGEL: Könnte Sie das Zirkusgeschäft Fernsehen selbst noch einmal locken?

Thoma: Warum eigentlich nicht? Ich habe mit RTL Television, RTL II und Super RTL aus dem Nichts die erfolgreichste Fernsehsendergruppe Europas geschaffen. Ich muss also nichts mehr beweisen. Aber da Programm machen meine Leidenschaft ist und war, würde ich nie „nie“ sagen.

INTERVIEW: MARCEL ROSENBACH, THOMAS THOMA