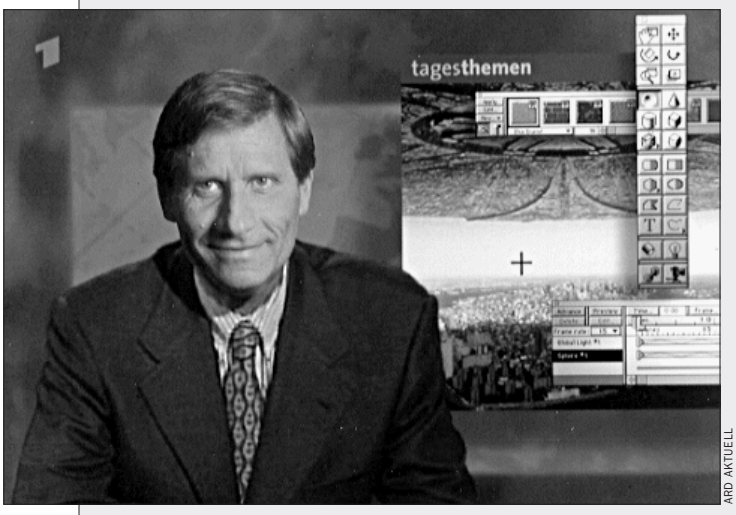


ARD AKTUELL

Wickert

ARD

Wickert wie neu

Die ARD hat sich intern für „Tagesschau“, „Tagesthemen“ und andere Informationsmagazine neue Regeln gegeben. Moderatoren müssen sich nun bei Ulrich Deppendorf, Chefredakteur von ARD Aktuell, alle Nebenjobs vorher genehmigen lassen. Früher genügte es, im nachhinein Listen mit den Nebenjobs einzureichen. Häufig kam es zum Krach, etwa als Sabine Christiansen für den Axel Springer Verlag oder aber Ulrich Wickert für den Deutschen Herold arbeitete. Generell verboten sind den ARD-Stars künftig Auftritte in Werbe- und Unternehmensvideos. Zum 1. Januar 1997 erscheinen die Moderatoren auch nach außen hin gewandelt: Sie sitzen vor einer blauen Weltkarte, Fotos und Grafiken werden wie Bilder auf dem Computerschirm eingeklickt. Auch sollen Dagmar Berghoff und die anderen nicht mehr selbst ihr TV-Outfit wählen, sondern sich von einer Stylistin einkleiden lassen, die einst Direktrice bei der Modemacherin Jil Sander war.

Fernsehen

Wer fälscht, fliegt auf

CNN-Kriegsreporter Peter Arnett, 62, über wachsende Konkurrenz und Risiken im weltweiten Newsgeschäft

SPIEGEL: Jeder Krieg oder Konflikt treibt bei Newskanälen wie CNN die Quoten hoch. Bei diesem Geschäft wollen jetzt auch Medienmultis wie Microsoft-Chef Bill Gates mitmischen. Macht Konkurrenz die Nachrichten jetzt noch blutiger?

Arnett: Wir haben keine Angst vor Leuten wie Gates. Sicher wird der Druck größer. Allein in Lateinamerika, wo CNN auch bald einen eigenen Dienst anbieten wird, konkurrieren heute schon sieben oder acht Nachrichtenkanäle. Aber einfach mehr Action als die anderen zu liefern, ist nicht das Erfolgsrezept. Auch Bilder manipulieren und Szenen stellen kann das Kino besser. Wer fälscht, fliegt schnell auf und wird gefeuert. Wer besser sein will als die anderen, muß zeigen, was wirklich passiert.

SPIEGEL: Also muß der Reporter heutzutage ganz vorn an die Front. Wird der Job immer riskanter?

Arnett: Wir gehen keine sinnlosen Risiken ein. Zwar beklagen wir in diesem Jahr bereits 52 tote Journalisten. Dennoch sterben im Kriegseinsatz heute nicht mehr Kollegen als früher. Im Hinterland ist das schon anders. Wer über Korruption und Mafia recherchiert, lebt gefährlich. Vor allem in Ländern der Dritten Welt werden einheimische Journalisten oft zu Opfern.

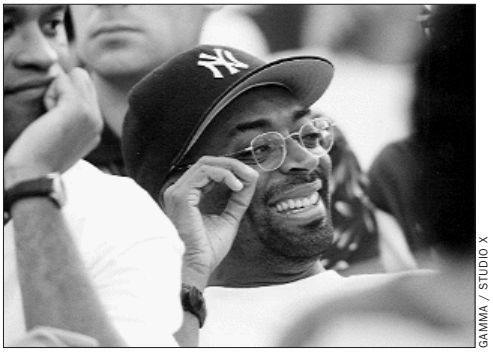
SPIEGEL: Sie kommen gerade aus Vietnam und Kambodscha, wo Sie sich für mehr Pressefreiheit eingesetzt haben. Was genau fordern Sie?

Arnett: Mit unserem Komitee zum Schutz von Journalisten wollen wir auch bei Regierungen, die Kollegen verfolgen oder gar hinrichten, Verständnis für die Arbeit der Presse wecken. Journalismus muß frei und international sein. CNN als der erste wirkliche Weltnachrichtensender ist da beispielhaft. Wir sind überall, und eigentlich kann man uns auch überall sehen.

Werbung

Lee gründet Agentur

Der amerikanische Filmregisseur Spike Lee („Do the right thing“, „She’s gotta have it“, „Malcolm X“) steigt ins Werbegeschäft ein. Spots für Nike, Levi’s und Swatch hat der Kultfilmer schon gedreht, erst kürzlich produzierte er ein Musikvideo mit Michael Jackson in den Elendsvierteln Brasiliens („They don’t care about us“). Nun gründet er, zusammen mit der Großagentur DDB Needham Worldwide, eine eigene Werbeagentur: Spike DDB wird in New York ansässig sein und beiden Partnern zu je 50 Prozent gehören. Spike Lee, der in Brooklyn eine Filmgesellschaft besitzt, wird Kreativdirektor, die erfahrenen Werber von DDB kümmern sich um die Verwaltung und Media-Planung. DDB erhofft sich von der Zusammenarbeit eine Erweiterung des Kundenbestandes. „Spike zieht sicherlich verrückte Auftraggeber, an die wir sonst nicht kommen würden“, sagt Lou Tripodi von DDB New York. „Für uns ist das eine riesige Gelegenheit.“



GAMMA / STUDIO X

Lee

Konzerne

Murdoch macht Musik

Der internationale Medienunternehmer Rupert Murdoch, 65, der bislang mit Zeitungen, Film und Fernsehen in vielen Ländern aktiv ist, geht ins Musikgeschäft. Zusammen mit Tetsuya Komuro, einem mit Techno-Tanzmusik erfolgreichen japanischen Musikproduzenten, gründete Murdoch eine neue Firma für Platten, CD-Rom und Unterhaltungssoftware. Sein Sohn James, 23, wurde in Murdochs Konzern News Corporation zum Vizepräsidenten für Musik und Medien bestellt. James Murdochs bisherige New Yorker Plattenfirma Rawkus kaufte News Corp. gleich mit dazu. Murdoch plant offenbar als nächstes eine Übernahme des Musikunternehmens EMI, das als einziges der großen fünf Plattenfirmen noch nicht zu einer Entertainment-Gruppe gehört. Als Mitbewerber sind Walt Disney, der Spirituosenhersteller Seagram und Viacom im Rennen. Auch Bertelsmann hat einen Kauf von EMI geprüft, angesichts drohender Kosten von zehn Milliarden Mark aber zunächst abgewinkt.