

Stoff für die nächste TV-Saison

Was herauskommt, wenn drei Fernsehanstalten Brainstorming betreiben: ORF, ZDF und ORF zimmer an gemeinsamen Programmen der nahen Zukunft.

PIERRE A. WALLNÖFER

WIEN. Koproduktionen haben den Sinn, kostenintensivere Programme mit länderübergreifender Relevanz nicht allein produzieren zu müssen und so die finanzielle Last auf mehrere Schultern zu verteilen. Zum 51. Mal haben sich ORF, ZDF und die SRG zu einer Koproduktionstagung getroffen und entsprechende Maßnahmen beschlossen. Dabei ging es nicht nur um die Verlängerung langjähriger gemeinsamer Produktionen wie „Der Bergdoktor“ – siehe nebenstehende Meldung –, der „Soko“- und Freitagkrimis, sondern auch um gemeinsame Kulturprogramme. Dies beginnt bei der „Helene Fischer Show“ und reicht über die „Lustige Witwe“ aus dem Prater bis zur „Zauberflöte“ bei den Salzburger Festspielen.

Allein im Bereich der Dokumentationen waren im vergangenen Jahr 37 gemeinsame Projekte zu verzeichnen. Diesmal wurden die beschlossenen Koproduktionen ein Ausmaß von rund 140 Millionen Euro erreichen, berichtet ORF-Programmdirektorin Kathrin Zechner.

„Wenn wir gemeinsam – im Wagnerjubiläum-Jahr an den großen Baummeister angelehnt – an einer neuen Stadt der Ideen bauen, profitieren wir alle – vor allem das



Helene Fischer ist ein Garant für gute Quoten.

BILD: SINGERA PICTURES/VALERIA WITERS

Publikum der Partnersender. Mit hochwertigen, kreativen Formaten und Projekten sind dem Miteinander auch für die Zukunft keine Grenzen gesetzt.“

Verstärkt werden soll die Zusammenarbeit bei „History“-Dokumentationen, die Guido Knopp einst beim ZDF initiiert und betreut hatte – etwa mit „Universum History: 100

Jahre Frauenwahlrecht – Raus aus dem Korsett“ oder „Richard Löwenherz – Ein König in der Falle“. Für „Universum“ Natur sind mit „Shape of Africa“ und „Seidenstraße“ große internationale Dokumentationen vorgesehen. Bei Religion und Kultur schlagen „Franziskus und seine Gegner im eigenen Haus“ sowie „Best of Museum“ zu Buche.

Die digitale Zusammenarbeit gewinnt an Bedeutung

Im Fiction- und Unterhaltungsbereich sollen gemeinsam Filme wie „Carla Eckardt“ realisiert werden. Dieses fiktive Psychodrama wird in Österreich gedreht. Ein „European Comedy Summit“ als Eurovision, mit Künstlern aus den drei Ländern, ist ebenfalls als gemeinsamer Höhepunkt vorgesehen.

Auch im Bereich digitaler Entwicklungen wollen die drei Partner enger kooperieren. So soll eine Arbeitsgruppe ausloten, wie und in welchem Ausmaß im Sinne eines gestärkten Public Value miteinander neue Wege beschritten werden können.

„Der Bergdoktor“ Hans Sigi wieder vor der Kamera

WIEN. Während Hans Sigi vor Kurzem noch für den Thriller „Flucht durchs Höllental“ vor der Kamera stand – diese Dreharbeiten werden im Juli 2018 fortgesetzt –, startete der bereits zwölfte Staffel des „Bergdoktors“ in Ellmau. Seit wenigen Tagen finden dort Aufnahmen für sieben neue Folgen in Spielfilmlänge statt: Neben Hans Sigi in der Titelfigur stehen wieder Heiko Rother, Monika Baumgartner, Ronja Forcher, Mark Keller und Christian Kohlndor vor der Kamera. Ab der zweiten Folge stößt Andrea Gerhardt in der Rolle einer Sprechstundenhilfe zum Team.

Die zwölfte Staffel zeigt Martin (Sigi) überglücklich, dass er Tochter Lilli (Ronja Forcher) an seiner Seite hat. Seine Patienten fordern ihn: Martin kümmert sich um eine 50-jährige verheiratete Frau (Valerie Niehaus), die nach einem Schwächeanfall erfährt, dass sie schwanger ist. Der Vater des Kindes ist jedoch nicht der Ehemann, sondern ihr Liebhaber.

Martins Onkel Ludwig (Christian Kohlndor) kann an einer Medizinstudie teilnehmen und taucht daher immer öfter in der Praxis auf.



Hans Sigi bleibt „Bergdoktor“. © SINGERA PICTURES/VALERIA WITERS

Starke Zeichen für gesellschaftliche Vielfalt

Science-Fiction sowie schwarze Künstler siegen bei den MTV Movie & TV Awards.

LOS ANGELES. Reichlich schwarze Gewinner, ein schwerer Kuss, eine lesbische Preisträgerin: Mit dem Superheldenfilm „Black Panther“ haben die MTV Movie & TV Awards ein Zeichen für Vielfalt gesetzt – unabhängig von Hautfarbe, Geschlecht und sexuellen Vorlieben. Der Marvel-Hit räumte den Hauptpreis als bester Film sowie drei weitere Auszeichnungen ab.

An dem zweistündigen Abend im kalifornischen Santa Monica mach-

ten sich die Preisträger für Afroamerikaner und zugleich für Frauen und Homosexuelle stark.

Mit Komikerin Tiffany Haddish, die als erste afroamerikanische Frau durch die MTV Movie Awards führte, schied der Sender ebenfalls Flagge zeigen zu wollen. „Es ist ein großes Jahr für schwarze Menschen gewesen“, sagte Haddish.

Der Schläger „Black Panther“ war mit sieben Nominierungen als Favorit ins Rennen gegangen. Die Prei-

se wurden dieses Jahr zum 27. Mal verliehen.

Die Netflix-Serie „Stranger Things“ ging mit vier Preisen ebenfalls als großer Gewinner aus dem Abend hervor. Der Science-Fiction-Titel gewann unter anderem den Preis als beste Serie und Millie Bobby Brown darin jenen für die beste schauspielerische Leistung in einer Serie. Die Fernsehkategorien waren im vergangenen Jahr erstmals Teil der MTV Awards. SN, dpa

Dr. Dre produziert Film über den legendären Soulsänger Marvin Gaye

HOLLYWOOD. Der US-Rapper und Produzent Dr. Dre will einen Film über den Soulsänger Marvin Gaye (1939–1984) drehen. Laut „Variety“ ist es das erste Biopic-Projekt mit Zustimmung der Familie des berühmten Motown-Sängers, der 1984 von seinem Vater erschossen wurde, als er seine Mutter beschützen wollte.

Zuvor waren unter anderem „Sopranos“-Star James Gandolfini und Sänger Lenny Kravitz mit

Marvin-Gaye-Projekten am Widerstand der Familie gescheitert. Schauspieler Jamie Foxx bekam 2016 zwar die Freigabe für eine Serie über Gaye, das Projekt kommt aber nicht voran.

Der aus der US-Hauptstadt Washington stammende Gaye hatte Hits wie „I Heard It Through the Grapevine“, „Ain’t No Mountain High Enough“ und „What’s Going On“. Für „Sexual Healing“ gewann er zwei Grammys. SN-paw, dpa

TV-Werbung beklagt Reichweitenverluste

BERLIN, KÖLN. Die werbetreibende Wirtschaft hat ihre Kritik an dem deutschen Privatsender bekräftigt. Die Organisation Werbetreibende im Markenverband (OWM) veröffentlichte sieben Punkte, in denen unter anderem zu hohe Preise für Werbespots und sinkende Reichweiten angesichts stärker werdender Konkurrenz durch digitale Anbieter beklagt werden.

„Die Zuverlässigkeit von TV als wichtigstes Reichweitenmedium nimmt immer weiter ab, während die Kosten für die werbenden Unternehmen deutlich steigen“, kritisierte der Verbandsvorsitzende Uwe Storck. Verluste beim jüngeren Publikum zwischen 14 und 49 Jahren, das für die Werbewirtschaft besonders interessant ist, sind deutlich: 160 Minuten pro Tag schauten sie letztes Jahr fern – 2016 waren es nach Angaben von Media Control noch 171 Minuten. SN, dpa

Den TV-Sendern ist die Entwicklung bewusst. Fernsehen stehe vor großen Veränderungen, sagte Andreas Kühner, Kommunikationsleiter der Marketing-Organisation Screenforce. Trotzdem gebe es kein anderes Medium, das zu einem Zeitpunkt so viele Menschen erreiche.

In ihrem Kerngeschäft investierten die Sender in diesem Jahr rund acht Milliarden Euro, der Schwerpunkt liege dabei auf der besten Fiction und Serie sowie lokalen Inhalten.

Bei dem Branchenevent „Screenforce Days“ wollen die Privatsender die Höhepunkte der kommenden Programmsaison präsentieren. Rund 2000 Fachbesucher, die später Werbung bei den Sendern schalten sollen, werden dazu erwartet. Bei der Verkaufsshow für die Werbeindustrie soll auch die Rockband Mando Dia auftreten. SN, dpa

Verbotener Sponsorhinweis im ORF

Der Sender verstieß während der „Fußball Arena“ gegen das Gesetz.

STEPHAN KLUMSTEIN

Nach dem ORF-Gesetz (ORF-G) müssen gesponserte Sendungen bestimmten Anforderungen genügen. Doch nicht immer hält sich der ORF an die gesetzlichen Vorgaben. Bereits 2016 wurde festgestellt, dass während der Sendung „Kärnten heute“ diverse Sponsorhinweise eingebettet wurden, unter anderem die Information, dass die Moderatorin der Sendung, Sonja Kleinleder, von dem Klagenfurter Medehaus Otto Graf ausgestattet worden sei.

Schon damals wertete der Verwaltungsgerichtshof (VwGH) dies als einen Verstoß gegen die Bestimmungen zum Sponsoring. Jetzt lag dem Gericht neuerlich ein Fall zur Beurteilung vor. Die Regulierungsbehörde KommAustria, die Übertragungen nach dem ORF-G verfolgt, warf Österreichs größtem Medienkonzern vor, unzulässige Spon-

sorenhinweise während der Sendung „Fußball Arena“ und nicht, wie vorgeschrieben, am Anfang oder Ende der Ausstrahlung platziert zu haben. Wird dadurch ein wirtschaftlicher Vorteil erlangt, kann die KommAustria diesen ermitteln und für abgeschöpft erklären. Konkret ging es um einen Betrag von 11.601,71 Euro.

Sponsoring kommt generell ein Wert zu

Sponsorhinweise während einer Sendung sind nach dem ORF-G unzulässig. Sowohl die Behörde als auch das Verwaltungsgericht, das über die Beschwerde des ORF entscheiden musste, kamen hier zu diesem Schluss.

In der Revision des ORF an den VwGH als letzte Instanz wurden unter anderem vorgebracht, dass kein wirtschaftlicher Vorteil gegeben

sei, weil lediglich Pauschalbeträge für die Sponsorenhinweise bezahlt würden und davon kein Betrag auf die bestandenen Hinweise entfiel. Zudem seien die Hinweise lediglich an der „falschen“ Stelle ausgestrahlt worden.

Der VwGH sah das anders: In seiner aktuellen Entscheidung (Ro 2018/03/0002) kam er zum Ergebnis, dass die Rechtsansicht des ORF nicht haltbar sei. Sponsorleistungen können generell ein wirtschaftlicher Wert zu. Im vorliegenden Fall habe der ORF unstrittig Werbeverträge mit Agenturen abgeschlossen und ein Entgelt in Form von Pauschalbeträgen für die vereinbarten Sponsorleistungen erhalten, sodass von einem Vorteil jedenfalls auszugehen sei. Dass es sich um Pauschalbeträge handelt hat, ist laut VwGH unerheblich: Bei vertraglich vereinbartem Sponsorhandlung es sich um eine Gesamtleistung. SN, dpa