

Im laufenden Geschäftsjahr will KDG rund 400 Millionen Euro in den Ausbau der Netze investieren. Der Umsatz soll sich um 15 bis 20 Prozent erhöhen, das EBITDA soll um 20 Prozent steigen. Auch im laufenden Geschäftsjahr rechnet KDG allerdings mit Verlusten.

KDG teilte weiter mit, die Zahl der Kunden mit Telefon und Internet sei von 190.000 auf 421.000 im Geschäftsjahr 2007/2008 gestiegen. Aktuell gebe es bereits über 500.000 Kunden. Bis zum Ende des laufenden Geschäftsjahres peilt KDG 750.000 Kunden für diese neuen Dienste an.

Größter Anteilseigner an Kabel Deutschland ist mit 88 Prozent das Investment-Unternehmen Providence Equity Partners. Acht Prozent hält ein kanadischer Pensionsfonds, die restlichen vier Prozent werden vom Management oder Einzelaktionären gehalten. *hen*

RTL verkauft Einkaufssender RTL Shop

Verlustbringer seit dem Start – Programmfenster auf RTL-Sendern werden eingestellt

Köln (epd). Die Mediengruppe RTL Deutschland trennt sich von ihrem Einkaufskanal RTL Shop. Der Sender werde zum 31. August von der Industrieholding Aurelius übernommen, teilte RTL am 28. Juli mit. Vorher müssten allerdings noch die Kartellbehörden zustimmen. Zum Verkaufspreis wurden keine Angaben gemacht. Berichten zufolge soll dieser aber im zweistelligen Millionen-Euro-Bereich liegen.

RTL Shop war 2001 gestartet worden und machte seither Verluste. Im vergangenen Jahr erreichte der Einkaufskanal, der über Kabel und Satellit ausgestrahlt wird, mit rund 200 Mitarbeitern einen Umsatz von 90 Millionen Euro. Die Verluste bewegten sich im „leicht zweistelligen Millionen-Euro-Bereich“, hieß es zu Beginn des Jahres.

Die Trennung vom RTL Shop begründete RTL nun damit, dass „geringe Synergiemöglichkeiten mit den zukünftigen Kernaktivitäten der Mediengruppe RTL Deutschland“ gesehen würden. Am Ende des Jahres werden dann auch die RTL-Shop-Programmfenster auf RTL, Vox und n-tv nicht mehr gesendet.

Aurelius ist eine börsennotierte Industrieholding, die unter anderem an dem Versandhändler Quelle beteiligt ist. Hauptsitz des Unternehmens ist München. *hen*

Medienexperten für „Superbehörde“ zur Regulierung

Umfrage des IfM: Fragen zur Zukunft des Journalismus und der Qualitätspresse

Berlin (epd). Medienexperten haben sich dafür ausgesprochen, die Medienaufsicht nach Vorbild der britischen Ofcom medienübergreifend anzulegen. Bei einer Umfrage des Instituts für Medien- und Kommunikationspolitik (IfM) sprachen sich 35 Befragte für eine solche „Superbehörde“ aus, nur fünf waren dagegen. An der Umfrage beteiligten sich insgesamt 43 Vertreter von Verlagen, Journalisten, Medienwissenschaftler, Medienaufseher und Medienpolitiker. Sie wurden zu neun Aspekten der „Zukunft des Journalismus und der Qualitätspresse“ befragt.

Deutlich ablehnend äußerten sich die Experten zu der Frage einer staatlichen Subventionierung der Presse, wie etwa in Frankreich oder Dänemark. Die Mehrheit der Experten begründete ihre Ablehnung dabei mit Verweis auf die nötige Staatsferne der Presse und einen möglichen Funktionsverlust als „vierte Gewalt“ bei staatlichen Subventionen. Indirekte Maßnahmen wie eine Mehrwertsteuerermäßigung wurden allerdings von einigen Befragten befürwortet.

Ebenfalls einig sind sich die Experten in der Frage, ob „in 20 bis 30 Jahren“ trotz Internet noch gedruckte Zeitungen auf Papier gebraucht werden. 41 Befragte beantworteten dies mit Ja. Allerdings werde die Funktion der Zeitung sich nach Ansicht einiger Befragter in mehreren Stufen weg von der „Topaktualität“ hin zu mehr Hintergrundberichterstattung und Analyse sowie zu einer „differenzierten Zielgruppenausrichtung“ entwickeln müssen. Zudem rechnen einige Experten damit, dass sich die Gesamtzahl der Zeitungstitel „deutlich reduzieren“ wird.

Deckelung von Online-Ausgaben

Eher uneinheitlich bewerteten die Experten weitere Aspekte der Medien. 25 Befragte bejahten eine „Einschränkung der publizistischen Leistungsfähigkeit der Presse“ durch Verlagsübernahmen durch „Medienzaren“ und Finanzinvestoren. 17 verneinten dies. Unter diesen verwiesen einige Experten darauf, es spiele keine Rolle, ob Renditeerwartungen von Familienunternehmen oder Finanzinvestoren formuliert würden, vielmehr leide die gesamte Medienbranche unter der zunehmenden Ökonomisierung. Michael Grabner (Michael Grabner Media Verlag) etwa äußerte zudem, auch Finanzinvestoren brauchten zumindest mittelfristig eine gute Zeitung, um daran verdienen zu können.

15 Befragte sprachen sich für eine Lockerung der Pressefusionskontrolle aus, 21 waren dagegen. Ebenfalls 21 Befragte sprachen sich gegen eine Novelle des Medienkonzentrationsrechts aus, 14 befürworteten dies.

Unentschieden waren die Experten bei der Frage der Deckelung der Online-Ausgaben der öffentlich-rechtlichen Sender. 19 Befragte sprachen sich für eine Deckelung der Online-Ausgaben aus, 19 dagegen. Die Gegner einer Deckelung argumentierten, die öffentlich-rechtlichen Sender müssten mit den Privatsendern mithalten können – „gerade mit Blick auf die Jugend“. Die Befürworter einer Deckelung befürchteten hingegen Wettbewerbsverzerrungen durch gebührenfinanzierte Online-Angebote. „Die öffentlich-rechtliche Krake ist überdimensioniert und zu teuer“, sagte der Medienwissenschaftler Stephan Russ-Mohl. Der Journalist Joachim Huber („Der Tagesspiegel“) äußerte: „Öffentlich-rechtliche Zeitungen müssen nicht sein.“

Ebenfalls unentschieden (je 17 Ja und Nein) waren die Befragten bei der Frage, ob Kooperationen öffentlich-rechtlicher Anstalten mit Presseverlagen wie etwa WAZ und WDR den Wettbewerb verzerrten. Kritiker äußerten, es dürfe keine privilegierten Partnerschaften geben, von denen nur einige wenige Begünstigte profitierten. Ferner müsse es klare Grenzen geben, um eine vorherrschende Meinungsmacht zu verhindern und um die Autonomie unabhängiger Informationskanäle nicht zu gefährden. *hen*

WDR würdigt Reporter Gerd Ruge zum 80. Geburtstag

„Reporter mit Leib und Seele“ – 1949 beim NWDR in Köln angefangen

Köln (epd). WDR-Intendantin Monika Piel hat den Fernsehjournalisten Gerd Ruge zu seinem 80. Geburtstag am 9. August als „Reporter mit Leib und Seele“ gewürdigt. Als langjähriger ARD-Korrespondent habe er Geschichte hautnah miterlebt und dem Fernsehpublikum stets kenntnisreich vermittelt, erklärte Piel am 7. August in Köln. Als unvergessen hob sie Ruges Reportagen über die Morde an Martin Luther King und Robert Kennedy 1968 sowie seine Berichterstattung während des Putches in Moskau 1991 hervor.

Gerd Ruge wurde am 9. August 1928 in Hamburg geboren und begann seine berufliche Laufbahn 1949 in Köln beim NWDR, aus dem 1955 der WDR und der NDR hervorgingen. 1956 ging er als erster ständiger

Korrespondent der Bundesrepublik für drei Jahre für die ARD nach Moskau. Von 1961 bis 1964 war Ruge außenpolitischer Redakteur beim WDR und begründete 1963 die ARD-Sendung „Weltspiegel“. Nach seiner Zeit als USA-Korrespondent der ARD in Washington von 1964 bis 1969 war er ARD-Chefkorrespondent in Bonn.

Anfang 1973 wechselte er als Korrespondent der „Welt“ nach Peking. 1977 ging Ruge erneut nach Moskau, diesmal für den ARD-Hörfunk. Ab 1981 leitete er die Sendung „Monitor“. Ende 1983 übernahm er die Leitung der Programmgruppe Ausland, ab 1987 leitete er das Moskauer ARD-Studio. Seit 1993 ist er im Ruhestand und produziert seitdem erfolgreiche Reisereportagen. Für seine journalistische Arbeit hat Gerd Ruge zahlreiche Auszeichnungen erhalten, darunter drei Grimme-Preise und den Hanns-Joachim-Friedrichs-Preis. *lwd*

Unternehmensberatung empfiehlt neue Geschäftsmodelle für Verlage

Studie zu Zeitschriften im Internet: Nutzer wollen auch digitale Angebote

Frankfurt am Main (epd). Zeitschriftenverlage müssen sich nach einer Studie der Unternehmensberatung PricewaterhouseCoopers (PwC) für das Internet ein neues Geschäftsmodell überlegen. Wie die Beratungsgesellschaft in einer am 4. August veröffentlichten Studie schreibt, wünschen sich weltweit zwar 60 Prozent der Leser eine digitale Ausgabe ihrer Zeitschrift. Allerdings wollen sie für ein elektronisches Magazin nur etwa halb so viel ausgeben wie für ein gedrucktes Exemplar.

Zeitschriften könnten die Einbußen aus dem Vertrieb kaum durch Werbeerlöse ausgleichen, sagte Frank Mackenroth, Leiter der Branchengruppe Entertainment & Media bei PwC. Die Verlage müssten sich neue Erlösquellen erschließen, beispielsweise durch „zielgruppenorientierte Online-Shops“, so der Berater. Die Studie mit dem Titel „The Medium is the message“ gibt laut PwC einen Ausblick für Magazinverlage im digitalen Zeitalter.

Je nach Herkunft bevorzugen die Leser gedruckte oder digitale Ausgaben. Während nach Angaben von PwC in China, Indien und Russland bis zu vier Fünftel der Befragten bereit wären, ihre Zeitschrift nur am Bildschirm zu lesen, so will dies in Deutschland der Studie zufolge nur ein Drittel. Weltweit bevorzugen Frauen demnach gedruckte Ausgaben: Nur 29 Prozent wür-