

Medien I

Das NDR-Medienmagazin „ZAPP“ ist heute das einzige Medienmagazin im deutschen Fernsehen. Es sendete erstmals am 14. April 2002. Bisher wurden 446 Sendungen produziert. Allerdings hatte man es nur aushilfsweise ins ERSTE geschafft. Die Sendung läuft mittwochs, ab 23.20.

Und wie sieht NDR-Intendant Lutz Marmor ZAPP: „Wenn ‘ZAPP’ glaubwürdig sein soll, dann muss es auch unbequem für uns sein, für den NDR und für die ARD. Das ist gelungen – aber ich denke, ‘ZAPP’ ist jeden Ärger mehr als wert.“

Allerdings scheint es so, als ob ZAPP in der letzten Zeit einigem Ärger ausgewichen ist. So wurde weder der programmliche Erfolg des Kinderkanals anlässlich seines 15. Geburtstages kritisch gewürdigt noch nach einem Jahr nachgesehen, ob der Kika-Skandal vollends aufgearbeitet ist. Wichtige kritische Anmerkungen der KEF in Richtung ARD und ZDF fanden keinen Eingang in die Sendung. Diese hatte doch festgestellt, dass mehr als 27 % (!) des Etats des ERSTEN für Sport ausgegeben werden – obwohl der Sport doch nur 6 % der Sendezeit ausmacht. (Beim ZDF sind es mehr als 22 % des Etats.) Auch die Forderung von ARD und ZDF, dass die Bundesregierung schnellstmöglich ACTA unterzeichnen sollte, spielte keine Rolle. Lag das daran, dass kein Intendant und kein Pressesprecher bereit war, dazu Nachfragen zu beantworten? Weder das fragliche Agieren von ARD und ZDF in der Deutschen Content-Allianz wie auch die Bestrebungen der Vermarktungstöchter, gemeinsam mit privaten Unternehmen auch aus gebührenfinanzierten Filmen mittels „Germany’s Gold“, einer Online-Bezahlmediathek, zusätzliche Einnahmen zu generieren, wurden thematisiert.

<http://bit.ly/IK00H2>

Kurzinformation

► ARTE – Der Brücken-Sender? Arte-Programmdirektor Christoph Hauser: Die komplette Bandbreite des sogenannten „Unterschichtenfernsehens“ wird der Kulturkanal seinen Zuschauern wohl auch in den kommenden 20 Jahren kaum vorsetzen.

<http://bit.ly/lvmq1M>

► WDR-Rundfunkrat fordert weniger Talkshows. Zu viele Gäste, zu viele gleiche Themen, zu wenige kritische Nachfragen. Die vielen Talks sind eine Innovationsbremse; sie ähneln sich zu sehr; weder sind die Themen originell noch die



Foto: Falk Weiss

Gäste. Dokumentationen können oft umfassender das leisten, was die Talkshows nur zu leisten versprechen. Der WDR-Rundfunkrat sieht in der ARD-Talkschiene alle „Befürchtungen bestätigt“ – nun soll eine Sendung weichen. <http://bit.ly/H0HhB>

► HR – der besonders hessische Rundfunk. Hier eine Auswahl von Sendungen, die der heimatverbundene Hessische Rundfunk in den vergangenen Tagen, Wochen und Monaten in seinem Dritten Programm HR Fernsehen ausstrahlte.

<http://bit.ly/ILFAzI>

► Mehr Filmfördermittel für Games? Rund 300 Millionen Euro an Fördermitteln fließen pro Jahr in den deutschen Film, Videospiele erhalten nicht einmal ein Hundertstel. Mehrere Unternehmer wollen das mit einer Initiative ändern.

<http://bit.ly/lin3FY>

► Volker Herres folgt AG DOK – leider nur halb. Gibt es also die „Innovationsblockade“, die Moderator Thomas Leif in Berlin konstatierte? Und ließe sich eine solche Sperre tatsächlich einfach aufbrechen, indem die Programmverantwortlichen „mehr Mut“ (Dok-Filmer Stefan Lamby) aufbringen?

<http://bit.ly/IVtXoC>

► Kurzfilm als Vorfilm. Ungefähr 2000 Kurzfilme werden im Jahr in Deutschland produziert. Etwa 150 der knapp 1850 deutschen Kinos zeigen Vorfilme im Programm. Tendenz langsam steigend. Die AG Kurzfilm will dies beschleunigen.

<http://bit.ly/Jri9P1>

Medien II

ORF soll im Internet alles machen können. So steht es in einer Studie, die der ORF letzten

Montag vorstellte. Die Autoren beschreiben die Lage der Debatte um die Online-Angebote der Sender im Internet. Sie beziehen sich auf die bisherige Public-Value-Debatte. Sie analysieren die Argumente der Kritiker eines zunehmenden öffentlich-rechtlichen Online-Angebots und geben konkrete Empfehlungen an Politik, Regulierungsbehörde und die öffentlich-rechtlichen Medien. ARD, ZDF, ORF und Co. digital auszubremsen, sei „bildlich gesprochen als würde man öffentlich-rechtlichen Medien in Zeiten des Farbfernsehens vorschreiben, nur schwarz-weiß zu senden“, konstatieren sie laut [digitalfernsehen.de](http://bit.ly/lpgGag).

<http://bit.ly/lpgGag>

Zitat der Woche

„Diejenigen, die sich gegenüber der von ihnen festgestellten „Kostenlos Kultur“ verwehren, frönen ihr in der Regel selbst nicht. Darin liegt das zentrale Missverständnis begründet. Täten sie es, wüssten sie, dass im Netz „Umsonst“ eine Schimäre ist. Die Villa, die Autos, die Hausmädchen von Megauploads Kim Schmitz kommen nicht von ungefähr, sondern sind Ergebnis der Gebühren des Dienstes, den man bei intensiver Nutzung zu zahlen hatte.“

Auch die 180 Millionen die man meint als Gewinne von kino.to ausgemacht zu haben, sind nicht Ergebnis von dem blöden Porno-Banner, das man bei dem Dienst zu Anfang wegstutzen musste, sondern den „Optimierungszugängen“ die man für 14,99 im Monat abonnieren sollte, damit der Stream mit den neuen Kinofilmen schneller kam und nicht abbrach. Das Geschäftsmodell hat sich bis heute (jetzt beim Nachfolger kinox.to) nicht geändert.

Bezahlt wird für Service und Inhalte im Netz immer. Entweder im Rahmen von Flatrates für aktuelle Musik oder Filme oder eben mit Zeit oder persönlichen Daten.“

Tim Renner, Motorblog, 16.04.2012

<http://bit.ly/J3KnyZ>

Out of Space

Wer sich einer Kampagne im Internet ausgesetzt sieht und plötzlich Schmähbeiträge über sich findet, kann sich nun gegen solche Rufschädigungen versichern. Das Geschäftsmodell ist lukrativ, ein französischer Anbieter will schon 10000 Policen verkauft haben – doch Verbraucherschützer sehen die neuen Angebote kritisch.

<http://bit.ly/HMYVF5>