

DIE WELT

WWW.WELT.DE 273-47 B • C 7109 PREIS D 1,40 EURO

WIRTSCHAFT

111

„Wir sind das globale Leitmedium“

Chris Cramer, Chef von CNN International, über die Al-Jazeera-Konkurrenz, dass Internet und die Geschäftsidee Nachrichten

München – CNN gibt im globalen TV-Nachrichtenmarkt den Ton vor. Doch es wird immer enger für den Marktführer. Gleich mehrere neue Nachrichtenkanäle haben ihren Start verkündet und machen dem Platzhirsch zunehmend Konkurrenz. Al Jazeera startete am vergangenen Mittwoch ihr englischsprachiges Programm weltweit, France 24 folgt in zwei Wochen. Chris Cramer, der Chef von CNN International, äußert sich im WELT-Gespräch über die neue Konkurrenz.

DIE WELT: Mister Cramer, haben Sie schon ins neue Programm von Al Jazeera International geschaut?

Chris Cramer: Ich habe es natürlich gesehen. Al Jazeera hat lange gebraucht, um ein englischsprachiges Programm aufzubauen. Jetzt freue ich mich auf die Konkurrenz. Sie sind ja nicht die einzigen, die in diesen Wochen auf den Markt kommen. Ich kann denen nur sagen: Willkommen im Klub.

WELT: Al Jazeera, France 24, weitere Sender werden folgen. Ist Ihre Dominanz dahin?

Cramer: Viele Mitspieler wollen gerade unbedingt in den Markt. Aber es gibt doch schon mehr als einhundert Nachrichtensender weltweit. Und die waren auch nie eine Gefahr für uns.

WELT: Aber Sie müssen sich den Werbekuchen mit mehr Konkurrenten teilen.

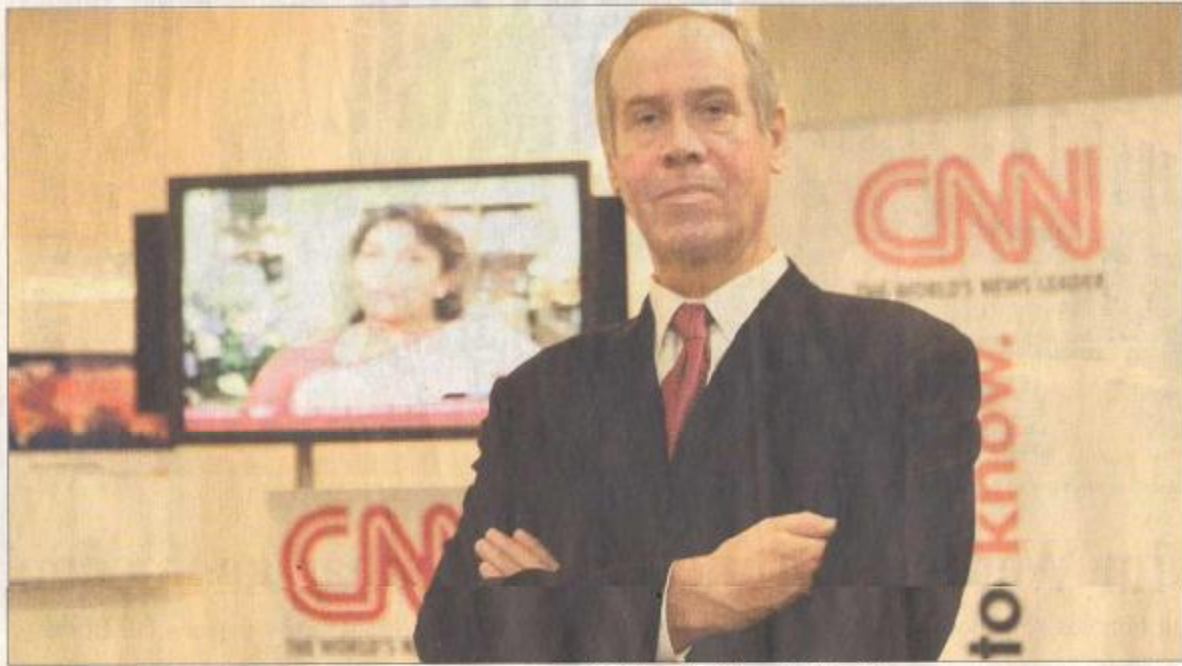
Cramer: Fakt ist: Nur wenige verdienen mit Nachrichten Geld im Fernsehen. 24-Stunden-Sender sind teuer und verharren meist in den roten Zahlen. Viele unserer Wettbewerber arbeiten seit langem vergeblich daran, Gewinne zu erzielen. Wir tun das schon lange. Weil wir das globale Leitmedium sind, das seriöses und gutes Programm liefert. Dorthin kommen auch die Werbetreibenden.

WELT: Sie schreiben schwarze Zahlen, andere nicht. Aber es gibt CNN ja auch schon seit 26 Jahren.

Cramer: Aber wir sind schon 1989 erstmals profitabel geworden. Wir machen seit 17 Jahren Gewinne.

WELT: Ist der Markt denn überhaupt groß genug?

Cramer: Um ehrlich zu sein: Ich bin froh, das in vielen Sendern nicht mein Geld investiert wird. Die meisten werden nicht reüssieren.



Chris Cramer koordiniert das internationale Geschäft von CNN. Der Sender erreicht 199 Millionen Haushalte außerhalb der USA

FOTO: ACTION PRESS

WELT: Wo liegt denn die Perspektive für CNN?

Cramer: Alle Medienkonzerne müssen sich der Herausforderung stellen, wie sie Nachrichten in der Zukunft zu den Menschen bringen. Dabei muss es uns egal sein, welche Plattformen wir nutzen, es darf da keine speziellen Vorlieben mehr geben. Alle stehen in der Zukunft gleichberechtigt nebeneinander. Wir sagen Ja zum Internet, Ja zu PDA, ja zu was auch immer kommendes Jahr erfunden wird.

WELT: Nennen Sie uns ein Beispiel.

Cramer: Unser interessantestes

Projekt ist derzeit CNN Pipeline, das seit einem Jahr im Internet läuft. Sie bekommen dort Live-Nachrichten oder archivierte Beiträge. Sie als Nutzer entscheiden, was Sie schauen wollen, im Gegensatz zum Fernsehen. Zudem merken wir, dass das Publikum zunehmend mitmachen will. Es will Themen setzen, Nachrichten anstoßen. Ein Schlüsselereignis war die Fußball-WM in Deutschland, wo wir das erfolgreich umgesetzt haben. Das Publikum war weltweit vernetzt in der „Fanzone“, eine Plattform von CNN, auf der alle miteinander kommunizieren konnten.

WELT: Welchen Anteil vom Umsatz nehmen die Multimedia-Bereiche bei CNN schon ein?

Cramer: Dazu sagen wir nichts, weil das auch die Wettbewerber interessiert. Aber alle sind profitabel.

WELT: Wie ist der Trend 2006?

Cramer: Der Trend geht in die richtige Richtung: nach oben. CNN International wächst 2006. Es wird ein starkes Jahr mit einem neuen Rekord in der Reichweite. Wir haben jetzt 199 Millionen Haushalte weltweit ohne die USA. Auch der Werbemarkt ist sehr gut gelaufen.

Vor allem liegt das daran, dass wir den Werbekunden integrierte Angebote von Fernsehen und Internet machen können.

WELT: Dennoch haben andere Sender höhere Wachstumsraten. Fox News, der Nachrichtenkanal von Rupert Murdoch, der mehr Infotainment macht, hat größere Zuschauerzugewinne als CNN.

Cramer: Fox ist in den USA erfolgreich, keine Frage. Sie machen ihr Business und wir unseres. Aber einen Trend hin zum Infotainment sehe ich nicht. Die Zuschauer wollen gerade in komplexen Zeiten faire und objektive Berichterstattung.

WELT: Ihre erfolgreichste Serie ist zurzeit ausgerechnet eine Parodie auf CNN mit dem Komiker Jon Stewart?

Cramer: Jon Stewart macht Kultfernsehen. Er ist einfach lustig und gleichzeitig sehr pointiert und intelligent. Aber ich darf Sie beruhigen: Er ist nicht der einzige gute Anchorman bei CNN.

Das Gespräch führte Burkhard Riering

Das globale TV-Nachrichtengeschäft

● Es soll Fidel Castro gewesen sein. Der Kubaner habe CNN-Gründer Ted Turner geraten, den liberalen Nachrichtenkanal weltweit auszustrahlen, heißt es. Heute ist CNN International der führende TV-News-Sender in der Welt und verbreitet Nachrichten über acht verschiedene Dienste in sechs Sprachen. CNN International wird vor dem Briten Chris Cramer (58) geführt.

● Nach vielen Verzögerungen ist vergangene Woche der Nachrichtenkanal al-Dschasira International (AJI) weltweit auf Sendung gegangen. Damit startete die arabische Fernsehgruppe al-Dschasira erstmals ein englischsprachiges Programm. AJI hat 20 Büros weltweit und beschäftigt 250 Journalisten. Der Sender berichtet aus den Studios in Doha, London, Kuala Lumpur

und Washington und erreicht 80 Millionen Haushalte.

● France 24 ist der nächste Konkurrent für CNN. Der Sender wurde von Frankreichs Präsident Jacques Chirac ins Leben gerufen, der ein Gegengewicht zu der amerikanischen Sichtweise aufbauen will. Der Kanal startet am 8. Dezember und strahlt die englische Version in Europa, Afrika und Nahost aus. bur