



**SCHÖNE AUSSICHTEN** Beate-Ulse-TV sucht im August den Poppy-Star 2003. Die Buster Boys sind später dran.

So dominant ist die Sexualität in deutschen Fernsehredaktionen selbstredend nicht, auch wenn mit dem Aus für das TV-Schwerpunktmagazin *Liebe Sünde* nur noch die investigativen Reporter der *Wahre Liebe* tief unter deutsche Bettedecken und Gürtellinien blicken. Bei passenden Gelegenheiten wie der öffentlichen Vorführung von Michel F. vor wenigen Wochen jedoch lassen selbst seriöse Nachrichtenredaktionen keine Chance aus, möglichst viel nacktes Fleisch zu zeigen, um die Einschaltquoten in die Höhe zu treiben. Selbstverständlich nur als brave Chronisten allzu menschlicher Verfehlungen.

Generell drängt sich der Eindruck auf, dass Medienwächter und Jugendschützer gern zweierlei Maß an Fernsehsex legen. Während die kommerziellen „Schmuddelsender“ für beinahe jeden vermeintlichen Verstoß an den Pranger gezerrt werden, spielen die öffentlich-rechtlichen Programme ihr

Saubermann-Image gnadlos aus: Unter dem Label „Filmkultur“ laufen im gebührenfinanzierten TV durchaus explizit sexistische Werke, die im Umfeld des Privatfunks schnell als pornografisch geächtet wären.

Hand aufs Herz: Welcher kommerzielle Programmplaner hätte genug Mut gehabt, das beinahe 25 Jahre lang in Frankreich (!) verbotene Erstlingswerk *Une vraie jeune fille* (Ein Mädchen) von Catherine Breillat heute auf die Mattscheibe zu bringen? Nun: Die Arte-Chefs hatten kürzlich offenbar keinerlei Problem, das sehr detailfreudige sexuelle Erwachen der 16-jährigen Alice in die Wohnzimmer zu schicken. Allerdings im französischen Original mit Untertiteln und politisch-pädagogisch korrekt eingebunden in eine hervorragende NDR-Dokumentation (Regie: Sylvia Nagel), um „die neue Lust der Frauen“ eben nicht dem Voyeur, sondern dem Cineasten zu widmen.

Tagtäglich im Spannungsfeld zwischen Jugendschutz und einem interessanten Erotik-Programm bewegt sich auch Heidi Niedzwetzki, langjährige Programmchefin und heutige Geschäftsführerin des Berliner Beate-Ulse-TV. Nach ihren Erfahrungen lockt das Abonnementangebot, das fast alle 2,7 Millionen Premiere-Haushalte empfangen können, heute mehr jüngere Zuschauer und auch mehr Frauen. „Frauen sind heutzutage aufgeschlossener“, meint Heidi Niedzwetzki. „Das liegt zum einen an der gesamtgesellschaftlichen Entwicklung, aber sicherlich auch an unserem hochwertigen Angebot.“

Um nicht den Zorn der Jugendschützer zu erregen, legt Niedzwetzki größten Wert auf die penible und ver-

antwortungsvolle Einhaltung aller einschlägigen Gesetze. Neben dem neuen, seit 1. April geltenden Jugendmedien-schutzstaatsvertrag sind das vor allem die seit 1969 geltenden Pornografie-kriterien des Bundesgerichtshofs. Sämtliche Programmformate von Beate-Ulse-TV werden durch die sendereigene Jugendschutzabteilung bearbeitet und von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) geprüft. Dank der Jugendschutz-Vorsperre von Premiere können diese Filme bei Beate-Ulse-TV bereits ab 20.00 Uhr ausgestrahlt werden. Obnehin bedient der Sender nicht die Zielgruppe der Hardcore-Porno-Seher, sondern mit „couple-oriented“ oder homosexuellen Formaten „die Liebhaber von erotischer Unterhaltung“.

An die 20 Prozent der Sendungen produziert Beate-Ulse-TV selbst, und die nächsten Produktionen werfen bereits ihre Schatten voraus: Von Anfang September bis Ende November sucht der Pay-TV-Kanal gemeinsam mit einer prominenten Jury die „Poppy-Stars 2003“, die diverse erotische Prüfungen bestehen müssen, um schließlich in die Endauscheidung zu kommen. Dem Casting-Prinzip nachempfunden ist auch *Buster Boys*, ein Format für schwule Männer, das gemeinsam mit Dolly Buster entwickelt wird. Ein Pilotfilm ist bereits abgedreht und wird wahrscheinlich Anfang 2004 gezeigt.

### Nachts in der Problemzone

Die erotische Ausstrahlung der Mädchen von nebenan scheint auch das Erfolgsrezept der Hamburger Produktionsfirma Goldwick Media zu sein. Firmengründer Ulrich Goldhahn schätzt die Zahl der Frauen, die allein oder gemeinsam mit ihrem Partner die Sexy-Clips im Nachtprogramm genießen, auf inzwischen ein Drittel. Bewusst werde weder Hardcore-Pornografie gedreht noch Hochglanz-Erotik à la *Playboy* mit wunderschönen Models in tollen Locations. Ganz im Gegenteil: „Unsere Filme haben einen extrem hohen Lasterfaktor“, glaubt der TV- und Multimedia-Produzent. „Viele Zuschauerinnen freuen sich geradezu darüber, dass unsere Mädchen auch Probleme mit dicken Armen oder zu großen Brüsten haben.“ ■ *Michael Stadik*

### GUT GESTÖHNT IST HALB GEWONNEN

#### Bruttospendings mit Spots für „Partner-Telefone“

Sender	Bruttowebinvestitionen in Tsd. €	Veränderung in Prozent	
	2002	2003	
DSF	14875,6	15355,8	3,23
Kabel 1	2467,6	1283,8	-47,97
MTV	35,9	585,7	1531,42
ProSieben	1596,4	680,6	-57,34
RTL	672,7	304,2	-54,79
RTL II	7154,9	4629,3	-35,30
Sat.1	711,8	330,9	-53,51
Viva	21,0	2,2	-89,71
Vox	3868,7	2333,7	-39,68
Gesamt	31403,6	25506,2	-18,78

Jeweils erstes Halbjahr. Alle relevanten Spots des Bereichs (Partner-Telefone/Sex-Informationen).  
 Sender: ARD (incl. DRS, Kabelf 1, MTV), ProSieben, RTL, RTL II, Sat.1, Super RTL,  
 Viva, Vox, ZDF. Quelle: SC Spot-Controll