

Erster TV-Kanal für Gesundheitsthemen

Springer & Jacoby-Eigner Schaffhausen gibt Kapital

GREGORY LIPINSKI | HAMBURG

Der deutsche Fernsehlandschaft ist um einen TV-Sender reicher. Gerd Berger, ehemaliger Chefredakteur beim Privatsender Pro Sieben, startet am 1. April das bundesweit erscheinende Deutsche Gesundheitsfernsehen (DGF). Es handelt sich um den ersten TV-Spartenkanal rund um die Themen Medizin, Wellness und Ernährung. „Wir investieren in den Aufbau des Senders einen Betrag im einstelligen Millionenbereich“, sagt Berger. Die schleswig-holsteinische Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien hat dem Sender bereits vor einigen Tagen die Zulassung erteilt. Er wird über Astra europa-weit an 40 Millionen Haushalte ausgestrahlt.

Größter Kapitalgeber des DGF ist der Werbetreibende Lutz Schaffhausen über seine Beteiligungsfirma **Avantaxx**. Das Unternehmen hatte erst vor kurzem die renommierte Hamburger Werbeagentur Springer & Jacoby geschluckt, nachdem eine Übernahme durch den Berliner Konkurrenten Scholz & Friends missglückt war.

Für Berger ist Schaffhausen ein Glücksgriff. Denn der norddeutsche Werbemanager sichert dem Sender die Finanzierung, ohne dass die Pharmaindustrie Einfluss auf den TV-Kanal nimmt. „Ich wollte das Projekt nur umsetzen, wenn sich die Pharmaindustrie nicht an dem Sender beteiligt“, sagt Berger. Damit soll die journalistische Unabhängigkeit gewahrt bleiben.

Fraglich ist aber, ob dies auch in der Realität eingehalten wird. Denn einen Teil des umfangreichen Pro-

gramms kauft der bundesweite Sender von Drittfirmen zu. „Wir werden alles tun, um den Einfluss der Pharmaindustrie auf eingekaufte TV-Formate zu verhindern“, sagt Berger. Rund sieben Stunden Programm pro Woche produziert der Sender selbst. Dazu gehören beispielsweise eine wöchentliche Talkrunde aus Berlin mit Gästen aus Politik, Verbänden und Unternehmen sowie Reportageformate über den Alltag von Ärzten und Sanitätern.

Berger ist auf dem deutschen TV-Markt kein Unbekannter. Er hat unter anderem für den öffentlich-rechtlichen Sender WDR die TV-Formate „Brennpunkt“ sowie „3 vor Mitternacht“ entwickelt. Außerdem war er Chefredakteur von „SternTV“ und Redaktionsleiter bei „Schreinemakers Live“ auf Satl.

Berger liebäugelt bereits seit Jahren mit einem Spartenkanal rund um Ernährung und Medizin. Denn der Gesundheitsmarkt wächst in Deutschland dynamisch. Zudem verursachen die Wirren um die Gesundheitsreform erheblichen Informationsbedarf bei den Verbrauchern. „Rund 50 Millionen gesundheitsbewusste Deutsche und 4,5 Millionen Beschäftigte im Gesundheitswesen interessieren sich für das Thema“, sagt Berger. Er rechnet deshalb damit, dass DGF rasch nennenswerte Zuschauerzahlen erreicht. Konkrete Angaben machte er hierzu nicht.

Auch bei den Ertragsaussichten ist er optimistisch. „Wir wollen bereits in zwei bis drei Jahren schwarze Zahlen schreiben“, sagt Berger. Dazu sollen unter anderem Einnahmen aus TV-Spots sowie Channel-Partnerschaften sorgen.