

KIRCH-TV

Fußball für 1000 Mark

In der Welt des Medienunternehmers Leo Kirch wird Fernsehen zum teuren Vergnügen: Zusätzlich zum Grundabonnement für Premiere World, das mindestens 720 Mark pro Jahr kostet, und zusätzlich zu den Top-Spielfilmen, für die jeweils sechs Mark Extragebühr anfallen, soll der Zuschauer auch für die Fußball-Bundesliga kräftig zahlen. Zwischen 300 bis 400 Mark kostet ein Saisonticket für den exklusiven Live-Empfang aller Spiele – damit zahlt der Fußballfan mindestens 1020 Mark, denn der Fernseh-Kick wird nicht ohne das Grundabo verkauft. Zum Vergleich: Die gesamte Rundfunkgebühr, die ARD und ZDF zugute kommt, beläuft sich auf 340 Mark pro Jahr. Um den Anreiz für das Pay-TV zu erhöhen, soll Fußball im normalen Free-TV weiter verknappert werden. Von August an wird es keine Live-Bundesliga im werbefinanzierten Fernsehen geben; ein Jahr später sollen dann die Zusammenfassungen vom Spitzenfußball, die derzeit samstags um 18.30 Uhr laufen, auf 22 Uhr verlegt werden. Kirch, der kürzlich für drei Milliarden Mark alle Bundesliga-Rechte für Free-TV, Pay-TV und Internet bis zum Jahr 2004 kaufte, hofft so, Premiere World flottzubekommen. Nach aktuellen Zahlen liegt die Abonnentenzahl seit Jahresanfang unverändert bei rund 2,2 Millionen, Wachstum Fehlanzeige – der Effekt der aggressiven Werbung im Weihnachtsge-



Fußball-Übertragung im Pay-TV

schäft ist nahezu verpufft. Eine gravierende Veränderung findet immerhin innerhalb der Premiere-Welt statt: Immer mehr Pay-Zuschauer wechseln vom alten analogen Programm, das auf einen Kanal beschränkt ist, zum digitalen Premiere World, das aus dutzenden von Kanälen besteht. Hier hat Kirch 1,5 Millionen Kunden. Ein kürzlich gestartetes Pay-Angebot („Gala World“) mit Schlagern und Heimatfilmen lockte 160 000 Fans.



Weber

EROTIK-TV

Kampf der Blondinen

Die fränkische Moderatorin Manuela („Ela“) Weber, 30, deren Fußballsendung „Goleada“ im italienischen Fernsehen ausläuft, bereitet sich für ihren Start im deutschen TV vor. Ende Mai will sie bei Comedy-Talkmaster Harald Schmidt über ihre Karriereerwünsche Auskunft geben. Für Jörg Hoppe, Chef der Produktionsfirma MME, der kürzlich in Rom mit ihr konferierte, ist die Blondine offenbar erste Wahl. Es geht um Talksendungen, aber auch um „Peep!“ auf RTL 2.



Wild

Für die Erotikshow will die großbusige Ex-Schuhverkäuferin, wie es im Sender heißt, viele eigene Ideen durchsetzen – möglicherweise müsste sogar der Name verschwinden. Plätzen die „Peep!“-Pläne, steht die ebenfalls blonde Gina Wild als Erotikpräsentatorin bereit. Die Porno-Darstellerin (bürgerlicher Name: Michaela Schaffrath) trat jüngst in der MME-Kinoproduktion „Der tote Taucher im Wald“ auf. Endgültig aus dem Rennen ist wohl die jetzige „Peep!“-Moderatorin Nadja Abd El Farrag. Die letzte „Peep!“-Aufzeichnung der Dauerfreundin von Popstar Dieter Bohlen ist für den 16. Mai terminiert.

FERNSEHEN

Neue Kooperation Kirch/Bertelsmann

Pro Sieben ging als erste deutsche TV-Firma an die Börse – nun will sie den Zuschauern die Wirtschaft erklären. Am 13. Juni startet der Spielfilmkanal das diensttägliche Halb-Stunden-Magazin „Bizz“, moderiert von Dominik Bachmair, 28, der beim populären B3-Radiokanal des Bayerischen Rundfunks arbeitete. Zur Sendezeit um 22.45 Uhr soll das TV-Format rund 14 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen schaffen. Der Verlag Gruner + Jahr, der das Programm rund um Start-ups und Aktien produziert, lehnt sich dabei eng an seine Monatszeitschrift „Bizz“ an. Hans-Roland Fäßler, TV-Chef der Bertelsmann-Tochter, ist offenbar eine Groß-Kooperation mit der zum Rivalen Kirch gehörenden Pro Sieben Media AG gelungen: So startet Kirchs Newskanal N 24 jetzt die Gesprächsrunde „Capitalk“ mit Ralf-Dieter Brunowsky, Chefredakteur des G+J-Magazins „Capital“.