



„FAZ“-Zentrale

FUSSBALL-TV

## Ball paradox rund um die Liga

Die Einigung zwischen den bisherigen Kontrahenten Arena und Premiere im Konflikt um die Übertragung der Fußball-Bundesliga bringt Freunden des Live-Fußballs etwas mehr Klarheit. Für die insgesamt 9,6 Millionen Kabelkunden in den 13 Bundesländern, die von Kabel Deutschland versorgt werden, bedeutet die Einigung paradoxerweise, dass sie Premiere-Kunde werden müssen, um das Arena-Livepaket abonnieren zu können. Regulär soll das auch bei Premiere 14,90 Euro kosten. Dazu kommen für Neukunden allerdings die Miet- oder Kaufkosten für einen Decoder. Damit kann Premiere-Chef Georg Kofler seine Marge, die für die Weiterleitung von Arena nicht sonderlich hoch ausfällt, lukrativer gestalten. Zudem will Premiere Anreize schaffen, um Arena-Kunden zusätzliche Premiere-Pakete schmackhaft zu machen. Nach ersten

Planungen könnte Arena-Fußball bei Premiere sogar zu dem dort geplanten Standardpaketpreis von 9,99 Euro zu haben sein – allerdings nur in Verbindung mit weiteren, höherpreisigen Premiere-Angeboten. In Baden-Württemberg ist Arena direkt beim dortigen Kabelanbieter Kabel BW zu bestellen, in Hessen und NRW bei Iesy und Ish. Der Satellitenbereich blieb von der Einigung ausgeklammert. Liga live via Satellit gibt es demnach bislang nur über Arena, wo das Abo insgesamt monatlich 19,90 Euro kostet, zuzüglich Decoder. Die meisten Premiere-Sat-Kunden brauchen daher einen zweiten Decoder. Weiteres Kuriös: Premiere-Kunden empfangen nur die von Arena produzierte Liga mit deren Moderatoren wie Oliver Welke. Und die Premiere-Liga mit Marcel Reif und Co. gibt es nur bei der Telekom über T-Home-Speed – Ball paradox.

VERLAGE

## „FAZ“ startet eigenes Online-Job-Portal

Schon bald will die „Frankfurter Allgemeine“ („FAZ“) Job-Portalen wie Monster und Jobware Paroli bieten – und wagt sich deshalb selbst auf den umkämpften Markt der Internet-Stellenbörsen. Das neue Portal [www.fazjob.net](http://www.fazjob.net) soll im September starten und „führender Anbieter für Fach- und Führungskräfte“ werden, so der Sprecher der Geschäftsführung, Tobias Trevisan. Bisher hatte die „FAZ“ nur die in der Zeitung gedruckten Anzeigen auch auf die Web-Seite gestellt und keine Internet-Tarife angeboten. Die Vorsicht hatte ihren Grund: Zu tief saß der Schock aus dem Jahr 2001, als Einbrüche beim Stellenmarkt die „FAZ“ in ihre bislang größte Krise gestürzt hatten. Eine Abwanderung von Print-Anzeigen ins „FAZ“-Portal fürchtet Trevisan nicht: „Über das Internet erreicht man nur die akuten Job-Sucher. Die interessanteren Bewerber erreicht man über Print.“ Entsprechend zuversichtlich hat die „FAZ“ für die gemeinsame Vermarktung ihr Stellenmarktteam mehr als verdoppelt.

### Arena-Präsentation



TOBIAS KUBERSKI / GES-SPORTFOTO

POLIT-TALK

## „Hart aber fair“ ins Erste?

Um die Zukunft des Polit-Talks wird in der ARD heftig gerungen. Für den designierten Sabine-Christiansen-Nachfolger Günther Jauch wollen vor allem die Rundfunkräte die Bedingungen sehr eng formulieren. Umstritten ist neben Jauchs Werbeverträgen auch seine Moderation von „Stern TV“. Es sei bei den Aufsichtsgremien „nur schwer durchsetzbar, dass Jauch auf Dauer ein journalistisches Konkurrenzprodukt außerhalb der ARD moderiert“, heißt es in Intendantenkreisen. In einem Brief an seine Intendantenkollegen hat WDR-Chef Fritz Pleitgen derweil dafür geworben, den WDR-

Polittalk „Hart aber fair“ mit Frank Plasberg zeitgleich in mehrere dritte Programme zu übernehmen. „Bei aller Vorfreude auf Günther Jauch sollten wir nicht übersehen, dass wir mit „Hart aber fair“ eine politische Talkshow besitzen, die landauf, landab als die beste ihres Genres bezeichnet wird“, schreibt Pleitgen. Die Dritten sollten die Zugkraft des Talks gemeinsam nutzen, was umso leichter sei, da „unsere dritten Programme zum großen Teil aus Übernahmen bestehen“. Weil er „die ständigen Klagen über nicht vorhandene Mittel im Ohr“ habe, dürfte sein Angebot „freudig angenommen werden“. Alternativ bietet Pleitgen an, den Polit-Talk „am Donnerstag nach 20 Uhr“ im Ersten zu senden. Das würde „nicht zu einem Quotenknick führen“, der ARD aber einen „Reputationsgewinn einbringen“.



BRILL / ULLSTEIN BILDERDIENST