

AOL-AKTIEN

Boris ist drin

Ein AOL-Werbespot machte ihn zum Fernsehstar, nun könnte das große Geld fließen. Für eine weitere Kampagne des Online-Dienstes soll Ex-Tennis-Star Boris Becker („Ich bin drin!“) in den nächsten Monaten die Galionsfigur spielen: Er propagiert neue AOL-Angebote für den Internetabruf per Handy. Höhepunkt der Zusammenarbeit soll der Börsengang von AOL Europe im Frühjahr werden, der knapp zehn Milliarden Mark einspielen soll – dabei soll Becker nach den Planungen den Lockvogel spielen wie 1996 Manfred Krug bei der Deutschen Telekom. Vor allem profitiert der Sportler direkt: Er wird auch mit Aktien von AOL Europe bezahlt, darauf hat er eine Option. Im Rahmen der „strategischen Partnerschaft“ steigt er damit zum namhaften Einzelaktionär auf. Mit dem Werbemagneten will AOL-Europe-Chef Andreas Schmidt auch Offensiven des Rivalen Telekom kontern, die kürzlich für ihr T-Online einen Pauschalpreis avisiert hat. Auch AOL will, sobald der Telefongigant Telekom seine Tarife umgestellt hat, ähnlich günstige Konditionen anbieten.



Becker

TALKSHOWS

Ein Teenie-Star pokert



Andreas Türck, 31, bringt derzeit seinen Arbeitgeber ins Schwitzen. Kurz vor der anstehenden Verlängerung seines Vertrags (Laufzeit: bis Ende 2000) fühlt sich der Quotenprinz aus Wiesbaden zu Höherem berufen. So schlug er seinem Sender Pro Sieben ein Comedy-Format im Stil der US-Sitcom von Jerry Seinfeld vor. Zudem will Türck seine bisher von der Talkshow-Fabrik Schwartzkopff TV gelieferte Sendung künftig lieber selbstständig produzieren. Pro Sieben freilich schätzt Schwartzkopff; zudem sei Türck mit seinem Daily Talk und der Kuppel-sendung „Lovestories“ gut ausgelastet. Auch Gerüchte über einen Wechsel zu RTL beeindrucken den Sender nicht.

Türck

Andreas Türck, 31, bringt derzeit seinen Arbeitgeber ins Schwitzen. Kurz vor der anstehenden Verlängerung seines Vertrags (Laufzeit: bis Ende 2000) fühlt sich der Quotenprinz aus Wiesbaden zu Höherem berufen. So schlug er seinem Sender Pro Sieben ein Comedy-Format im Stil der US-Sitcom von Jerry Seinfeld vor. Zudem will Türck seine bisher von der Talkshow-Fabrik Schwartzkopff TV gelieferte Sendung künftig lieber selbstständig produzieren. Pro Sieben freilich schätzt Schwartzkopff; zudem sei Türck mit seinem Daily Talk und der Kuppel-sendung „Lovestories“ gut ausgelastet. Auch Gerüchte über einen Wechsel zu RTL beeindrucken den Sender nicht.

STARS

Veronas Dreams

Medien-Ikone Verona Feldbusch, 31, hat schon wieder große Pläne. Nach anderthalb Jahren wird ihre Show „Veronas Welt“ auf RTL zwar Anfang März aus dem Programm genommen; sie schaffte gerade mal die Hälfte des RTL-Quotendurchschnitts. Der Sender will den Liebling des Boulevards nun aber im Rahmen der Formel-1-Übertragungen einsetzen. So soll Verona Feldbusch im Motorenlärm durch die Boxengasse tänzeln und Kurz-Interviews führen. Für ein solches Magazin macht sich auch der Manager Willi Weber stark, der den Rennpiloten Michael Schumacher,



B. HOFHAUER / ACTION PRESS

Feldbusch

aber auch Feldbusch berät. Dank Formel 1 und weiteren TV-Formaten soll die Feldbusch-Produktionsfirma Dictum

Factum in zwei Jahren an der Börse durchstarten, mit Entertainment-Manager Christoph Gottschalk als Mitgesellschafter. Der Bruder des ZDF-Showmasters Thomas Gottschalk vermarktet bereits Werbeauftritte des TV-Stars über seine Firma Dolce Media. Das Feldbusch-Imperium soll außerdem mit einer eigenen Dessous-Linie (Veronas Dreams) Rendite abwerfen, Stars wie Esther Schweins sollen die Stoffstücke in einem Kalender präsentieren. Der Vorläufer „Verona 2000“ hat sich nach Feldbuschs Angaben 550 000-mal verkauft.

SUBVENTION

224 Mark pro Kinokarte

Noch immer stößt der deutsche Film im Kino auf mittelmäßiges Interesse – und erfreut sich dennoch öffentlicher Zuschüsse von insgesamt rund 270 Millionen Mark. Spitzenreiter der Mitnehm-Liste ist in jüngster Zeit der pseudo-krimische Krimi „Schlaraffenland“ – der Staat zahlt pro Besucher 224 Mark dazu. Selbst ein Klamaufilm wie der Guildo-Horn-Streifen „Waschen, Schneiden, Legen“ wurde mit Steuergeldern gefördert.

Deutsche Filmflops Starttermine: Nov. 1998 bis Dez. 1999	Zuschauer in tausend	Fördergelder in Millionen Mark	Fördergelder pro Zuschauer in Mark
„Schlaraffenland“	33	7,4	224
„Waschen, Schneiden, Legen“	18	2,3	128
„Ne günstige Gelegenheit“	14	1,6	114
„Schnee in der Neujahrsnacht“	25	2,3	92
„Helden wie wir“	177	4,8	27
„Kai Rabe gegen die Vatikan-Killer“	142	2,0	14
„Tach, Herr Doktor“	208	1,2	6