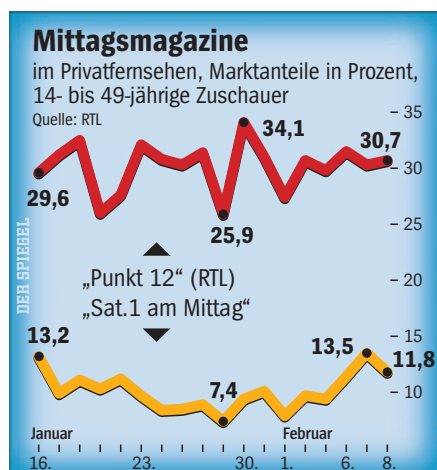


SAT. 1

Info-Offensive lahmt

Nicht so recht ins Rollen kommen will die groß angekündigte Informationsoffensive von Sat.1. Nachdem bereits die Polit-Talkshow „Talk der Woche“ mit Bettina Rust nach wenigen Ausgaben wieder abgesetzt wurde, entwickelt sich auch das jüngst gestartete Mittagsmagazin „Sat.1 am Mittag“ enttäuschend. Seit einem verheißungsvollen Start vor drei Wochen mit einem Marktanteil von 13,2 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen schleppen sich die



Quoten bei einem Marktanteil von meist unter 10 Prozent dahin. Die insgesamt zehn Jahre laufende Vorgängersendung „Vera am Mittag“ dagegen hatte es zuletzt im Schnitt auf rund 13 Prozent gebracht. Auch der Konkurrenz schadet das neue Infoprogramm nicht: Die RTL-Sendung „Punkt 12“ hat im Schnitt rund 30 Prozent Marktanteil.



Bundesliga-TV-Übertragung

FUSSBALLRECHTE

Bundesliga auf Türkisch

Der neue Inhaber der Bundesliga-Live-Rechte, die bislang weithin unbekannte Münchner Firma Arena, tritt Gerüchten entgegen, sie wolle die lukrativen Rechte nicht selbst auswerten, sondern weiterverkaufen: „Für uns ist das der Deal des Jahrhunderts, und wir werden rechtzeitig mit einem professionellen Angebot auf dem Markt sein“, sagt Arena-Generalbevollmächtigter Bernard de Roos. Die Zeit drängt: Am 11. August beginnt die neue Saison, und die neuen Herren über die Liga-Rechte wollen die WM für das Marketing nutzen. Am Donnerstag präsentierten Arena-Vertreter dem Liga-Chef Christian Seifert in Köln erste Details: So soll der ehemalige ProSieben-Chef Dejan Jovic „Head of Production“ werden. Der 33-Jährige, der einst beim DSF Sporterfahrung sammelte, soll auch das Moderations- und Redaktionsteam zusammenstellen. Intern heißt die Vorgabe, man wolle „Emotion pur“ transportieren, deshalb sollen die Reporter der Bundesliga-Konferenz allesamt aus den Stadien berichten. Auch ein eigenes Audio-Konzept wird vorbereitet: Künftig soll es Kommentare in Fremdsprachen wie Englisch, Spanisch und Türkisch geben. Weit gediehen sind derweil Verhandlungen mit möglichen Partnern für eine weitere Kabel- und Satellitenverbreitung. Die Arena-Mutterfirma, der Kabelnetzbetreiber Unity Media, erreicht insgesamt sieben bis acht Millionen Haushalte. Aktuell zeichnen sich Abschlüsse mit Marktführer KDG (zehn Millionen Haushalte) und dem Satellitenbetreiber Astra ab, Gespräche gibt es auch mit der Primacom-Satellitensparte easy.TV.

MUSIKINDUSTRIE

Offizielle WM-Songs von Il Divo und Grönemeyer

Freunde von Fußball-Chören werden zur WM Ungewohntes zu hören bekommen: Die Klassik-Pop-Band Il Divo soll den offiziellen Fifa-WM-Song singen. Er wird voraussichtlich eine schnelle Ballade mit dem Titel „Time of Our Lives“ sein, heißt es bei der Plattenfirma Sony BMG. Parallel dazu wird es auch eine offizielle WM-„Hymne“ von Herbert Grönemeyer geben, die gleichzeitig in Deutsch, Englisch und Französisch eingespielt wird, wie die Plattenfirma EMI bestä-

tigt. Die offiziellen Musiktitel zur Fußball-WM und -EM waren bislang stets erfolgreich, wie zuletzt der EM-Song „Forca“ von Nelly Furtado, „Boom“ von Anastacia zur WM 2002 und „La Copa de la Vida“ von Ricky Martin 1998. Allerdings verlief die Musikaus-



Quartett Il Divo

wahl für den WM-Song dieses Mal nicht reibungslos: Ursprünglich war Mariah Carey als Interpretin vorgesehen. Der US-Superstar war jedoch mit dem vorgeschlagenen Titel nicht einverstanden und lehnte ab. Stattdessen soll nun Il Divo die Umsätze der Musikindustrie beflügeln. Sony BMG hat zusammen mit dem Produzenten Simon Cowell einen Vertrag mit der Agentur geschlossen, die von der Fifa mit der Musikauswahl beauftragt wurde. Das international besetzte Quartett Il Divo ist zwar in Deutschland noch nicht so bekannt, hat aber mit einer Mischung aus Klassik und Pop weltweit fast zehn Millionen Platten verkauft. Premiere des Songs soll bei der Eröffnungsfeier in München am 9. Juni sein.