SPORTRECHTE

ARD und ZDF knausern bei Olympischen Spielen

Für die TV-Rechte an den Olympischen Spielen 2014 und 2016 haben ARD und ZDF zusammen gerade einmal knapp 90 Millionen Euro geboten. Aus Verhandlungskreisen der beiden Sender hieß es, das Angebot falle auch deshalb so niedrig aus, weil der Austragungsort der Sommerspiele 2016 noch nicht feststehe. Zur Wahl stehen neben Madrid auch Tokio, Rio und Chicago. Für europäische Sender würden die Spiele damit womöglich zu ungünstigen Uhrzeiten übertragen. Am 2. Oktober wird entschieden, wo die Spiele 2016 stattfinden. Allerdings wollen ARD und ZDF ihr Angebot auch dann nicht aufstocken, wenn Madrid gewinnt, aber die spannendsten Wettbewerbe zu US-freundlichen Sendezeiten stattfinden. Für das Internationale Olympische Komitee dürfte die Offerte enttäuschend sein: Das IOC hatte vergangenes Jahr ein Gebot der europäischen Sendergemeinschaft EBU als zu niedrig abgelehnt und wollte die Rechte in wichtigen Märkten lieber einzeln vermarkten. Die Erwartung für Deutschland lag angeblich bei rund 200 Millionen Euro. Die Agentur Sportfive, der Sender RTL und die TV-Kette ProSiebenSat.1 haben zum Ablauf der Frist am vergangenen Freitag kein Angebot abgegeben. Der Abo-Kanal Sky ist dagegen noch im Rennen und hat dem Vernehmen nach über hundert Millionen Euro geboten.

ANDY NEWMAN / AP

Kreuzfahrtschiff MS „Noordam“

UNTERNEHMER

Kirch investiert in Hotelschiffe

Der Medienveteran Leo Kirch will an der Fußball-WM im kommenden Jahr in Südafrika mitverdienen: Kirchs Firma KF 15, die sich zuletzt vergebens um die TV-Rechte an der Bundesliga bemühte, hat in zwei Kreuzfahrtschiffe investiert, die von Juni 2010 an in Kapstadt, Durban und Port Elizabeth anlegen und dort als Hotels dienen sollen. Neben insgesamt rund 4600 Betten befinden sich an Bord der gecharterten Luxusliner MS „Westerdam“ und MS „Noordam“ Restaurants, Bars und eine Klinik, ein Sicherheitsdienst beschützt die Gäste. Das Projekt mit dem Titel „One Ocean Club“ betreibt Kirch mit Werner von Moltke, Sohn des Präsidenten des Deutschen Volleyball Verbands. An dessen Münchner Promotion-Agentur ist KF 15 schon länger beteiligt. Moltke hatte bereits zu den Olympischen Spielen in Athen 2004 ein Hotelschiff gemietet. Die Kosten für die beiden Nobelschiffe, die bereits vergangenes Jahr angemietet wurden, dürften im mittleren zweistelligen Millionenbereich liegen. Bereits seit längerem ist absehbar, dass es bei der WM vor Ort an Hotels fehlen wird, hinzu kommen Sicherheitsbedenken. Während die Fifa-Partneragentur Match sich bisher gegen den Einsatz von Schiffen sperrte, bekommt Kirchs Geschäftsidee nun Schützenhilfe von Joseph Blatter persönlich: Der Fifa-Boss erklärte vergangene Woche öffentlich, das Hotelproblem könnte durch Schiffe gelöst werden.

WERBUNG

„Nicht so verbissen“

GORAN GAJANIN / ACTION PRESS

Vorstandschef Erich Sixt, 65, über seine Werbekampagne mit Gesundheitsministerin Ulla Schmidt, unter anderem mit dem Slogan: „Mit dem Dienstwagen in Urlaub? Es gibt Sixt doch auch in Alicante!“

SPIEGEL: Greifen Sie mit Ihrer Kampagne in den Bundestagswahlkampf ein?
Sixt: Nein, das Ganze hat überhaupt keinen politischen Hintergrund. Sixt ist Dienstleister und politisch neutral. Wir vermieten an Politiker jeder Couleur, solange sie ihre Rechnungen bezahlen.
SPIEGEL: Haben Sie die Kampagne selbst abgesegnet?
Sixt: Die Online-Kampagne war ein spontaner Einfall, der am Montagmorgen in unserem Internetteam entstanden ist und in nur wenigen Stunden umgesetzt wurde. Ich fand das eine tolle Idee. Die Resonanz war sensationell: Die Zugriffe auf unsere Internetseite haben sich in ganz kurzer Zeit verdreifacht.
SPIEGEL: Sie nutzen die Politikverdrossenheit nicht zum ersten Mal für Ihr Marketing aus.
Sixt: Man sollte das nicht so verbissen sehen. Werbung muss Spaß machen. Sie darf tagespolitische Ereignisse aufgreifen und satirisch aufbereiten. Das hat sogar der Bundesgerichtshof in einem wegweisenden Grundsatzurteil festgestellt, das wir gegen den früheren Kurzzeit-Finanzminister Oskar Lafontaine erwirkt haben. Ich bekenne allerdings, dass viele Politiker die Satire geradezu herausfordern – gut für uns.

SPIEGEL: Nach Angela Merkel trifft es erneut eine Politikerin. Ist es mit Männern weniger witzig?
Sixt: Wir machen da keine Unterschiede, auch Männer sind vor uns nicht sicher. Bestes Beispiel ist Gerhard Schröder. Dem wurde vor Jahren einmal ein politischer Zickzackkurs nachgesagt. Wen hätte man somit Besseres in einer Anzeige abbilden können, die für Fahrzeuge mit Navigationssystemen wirbt? Der Text dazu: „Sixt hat Autos für Leute, die noch nicht genau wissen, wo sie hinwollen.“