

## SHORT

## Mit Premiere-Dekodern Bundesliga live sehen

München. Mit einem Premiere-tauglichen Satelliten-Empfänger Bundesliga-Fußball live sehen: Die in München ansässige „Arena Sport Rechte und Marketing GmbH“ mit Lizenz für das Angebot „Arena Bundesliga“ entschied sich gegen das vom Bezahlfernsehen Premiere genutzte System zur Signalverschlüsselung für den Codiermodus Cryptoworks.

Durch einen technischen Kniff soll es möglich sein, mit den meisten Premiere-Decodern die Arena Bundesliga zu empfangen, wodurch Premiere Lizenzgebühren in Millionenhöhe entgehen könnten. Neben den Spielen der ersten Bundesliga sollen nun auch alle Zweitligabegegnungen live im Bezahlfernsehen zu sehen sein.

## Ein Leben lang auf Urlaub, mit Kronehit



Mit etwas Mut in den Urlaub, ein Leben lang. Krone Hit macht's möglich.

Wien. „Am Strand liegen; im Meer schwimmen; in den Bergen snowboarden; den ganzen Tag relaxen“ – und das ein Leben lang! Österreichs bundesweiter Privatsender Krone Hit und der Ferienclub Cordial machen es möglich. Die beiden Moderatoren Dani Linzer und Meinrad Knapp aus „Guten Morgen Österreich“ wollen allerdings wissen, was Urlaubsdurstige dafür tun würden. Barbara aus Wien beispielsweise würde im Stadtbrunnen schwimmen; Thomas aus Graz möchte eine ganze Straßenbahn mit seinem Gesangstalent unterhalten. Die jeweiligen Mutproben sind auf [www.kronehit.at](http://www.kronehit.at) anzumelden.

## Gerücht: Bertelsmann verkauft Sony BMG



Bertelsmann verkauft möglicherweise den Musikkonzern Sony BMG.

Gütersloh. Gerüchten zufolge will die Bertelsmann AG ihren Musikverlag BMG Music Publishing und die 50%-Beteiligung an Sony BMG verkaufen. Dieser Rückzug aus dem Musikgeschäft würde schätzungsweise 2 Mrd. € einbringen. Als Grund für die vermeintliche Veräußerung der Musiksparte wird derzeit die belgische Group Bruxelles Lambert (GBL) gehandelt. Bertelsmann will dazu keine Stellung nehmen: „Das sind Spekulationen, die wir nicht kommentieren“, betont O. Fahlbusch, Sprecher der Bertelsmann AG (ps/pte)

Fernsehen Die „arena“ hat die ORS mit der Satellitenverbreitung der deutschen Fußball-Bundesliga beauftragt

## Export: Know-how aus Österreich für Deutschland

Mit Kompetenz im Bereich Satellitenanlagen und Verschlüsselungssysteme auf Erfolgskurs.

PETER SUWANDSCHIEFF

Wien/München. Die Österreichische Rundfunksender GmbH & Co KG (ORS) mit Sitz in Wien wird ab der Saison 2006/2007 für die Satellitenverbreitung der deutschen Fußball-Bundesliga sorgen. Darauf einigten sich die „arena Sport Rechte und Marketing GmbH“ (Inhaberin der Bundesliga Live-TV-Rechte) und ORS Anfang März.

Nach dem Erhalt der Zulassung für die so genannte Multiplex-Plattform und dem damit verbundenen Auf- und Ausbau des Sendetriebs von digitalem terrestrischem Fernsehen in Österreich, ist dies nun ein weiterer Riesenerfolg für das junge österreichische Medienunternehmen.

Neben der ORS bewarb sich auch die APS (Tochter von Astra, einer der größten Satellitenbetreiber weltweit) um den Millionen-Deal.

## Österreichisches Know-how

Michael Weber, Leiter für Sales, Marketing und Communications bei der ORS, analysiert die erfreuliche Situation wie folgt: „Entscheidend für diesen Erfolg waren Kompetenz und Erfahrung der ORS im Bereich Satellitenanlagen und Verschlüsselungssysteme sowie unser hohes Maß an Flexibilität.“ Eine entscheidende Rolle hat seiner Ansicht nach auch das Verhandlungsgeschick des ORS-Erfolgs-Trios Michael Wagenhofer, Norbert Grill und Michael Weber selbst gespielt.

Michael Weber zeigt sich erfreut und stolz über den Know-how-Transfer von Österreich nach Deutschland. Auch für Michael Wagenhofer, kaufmännischer Geschäftsführer der ORS, ist der Zuschlag durch Arena höchst erfreu-



Erfolgreich verhandelt hat das „ORS-Trio“ Michael Weber, Norbert Grill und Michael Wagenhofer (v.l.n.r.).



lich, denn „die Übertragung der deutschen Fußball-Bundesliga ist ein Meilenstein für die ORS. Wir

konnten damit beweisen, dass unsere exzellenten Leistungen auch international gefragt sind.“

## Astra 19,2° Ost

„Unter dem Motto ‚Aus Liebe zum Spiel‘ werden wir Fußball für Fans zeigen, live, unverfälscht und mit neuem Fokus. Wir werden Emotion und Leidenschaft transportieren und den Fans das Stadionerlebnis nach Hause bringen“, sagt arena-Programmgeschäftsführer Dejan Jovic. Der technische Zugang zum arena Angebot ist unkompliziert. Ein digitaler Decoder und eine SmartCard sind notwendig, um die verschlüsselten Signale sowohl über Kabel als auch über Satellit empfangen zu können. arena

wird über den Satellit Astra 19,2° Ost flächendeckend zu empfangen sein. Der Empfang der deutschen Bundesliga über arena in Österreich ist vorerst nicht geplant.

## Digitales terrestrisches TV

Die ORS ging Anfang 2005 aus der Sendetechnik des ORF hervor. Sie ist Dienstleistungsunternehmen für die terrestrische und satellitenbasierte Radio- und Fernsehverbreitung und wird ab Herbst 2006 digitales terrestrisches Fernsehen (DVB-T) in Österreich einführen. Auch dies bezeichnet Michael Weber als großen Erfolg: „Denn schließlich stellt man nur einmal ein gesamtes Land auf digitales Fernsehen um.“

„Dieser Erfolg ist ein weiterer Beweis unserer nationalen und internationalen Kompetenz und Erfahrung in diesem Bereich.“

MICHAEL WEBER, ORS

## Megaboards Sisley, Tlapa und Magna Racino werben Mit neuen Kunden in den Frühling

Wien. Insgesamt sechs Neukunden werben seit März 2006 auf Megaboards. Der Frühlingsbeginn gibt Anlass zur Freude bei Megaboard, denn gleich vier Unternehmen setzen zum allerersten Mal in ihrer Außenwerbung auf das Überformat.

„Mit unseren Kontaktchancen, bis zu neun Millionen pro Monat, bieten wir eine extrem attraktive Plattform für erfolgreiche Außenwerbung. Die Megaboards finden

daher ständig mehr ‚Raum‘ in den Werbekampagnen erfolgreicher Unternehmen“, erklärt Claudia Delpin, Geschäftsführerin von Megaboard.

Das trendige italienische Modelabel Sisley ist ab sofort mit dem Slogan „J'adore Cannes“ am Währinger Gürtel zu sehen. Auch Kunden, die schon seit langem auf die bewährten Vorteile von Megaboard setzen, starten mit neuen Sujets in den Frühling.



Megaboards hat sechs Neukunden – Sisley ist einer davon.

## „memo-media“ 32.000 Adressen und Anregungen Event-Branchenverzeichnis online

Wien. „memo-media“, das online Branchenverzeichnis für Event-Dienstleister, Event-Agenturen, Promotion, Messen, Veranstaltungen und Künstler, Film und Promotion-Aktionen, ist nun bereits seit einem halben Jahr auch auf dem österreichischen Markt erfolgreich vertreten.

Im Februar 2006 besuchten schon 27.000 User die Site von memo-media. Durch 32.000 redaktionell geprüfte Einträge aus der Event- und Marketingbranche auf [memo-media.at](http://memo-media.at) ist es einfacher geworden, Eventplanung schneller durchzuführen.

## Mit Mausclicks zum Event

Egal ob Feuerspucker, Limousinenservice oder Zeltverleih – all das bietet das Event-Branchenverzeichnis auf der Internet Seite. „Somit ist man mit memo-media nur wenige Mausclicks von seinem maßgeschneiderten Event entfernt“, so memo-media Österreich.

Die News-Plattform auf der Startseite informiert über Neuheiten und Termine aus der Welt der Veranstaltungen und des

Marketing. Wie zum Beispiel die „Meet“, Messe für Event und Theater, die dieses Jahr vom 17. bis 19. Mai im Design Center Linz stattfindet. Aber auch internationale Veranstaltungen, wie etwa die „Pro Sign“ 2006 in Frankfurt, werden über memo-media verlaublich. Für das Geschäftsjahr 2007 ist für alle, die lieber einmal vom Bildschirm Abstand nehmen möchten, die Herausgabe eines Handbuchs für den österreichischen Markt geplant.



Zeno Stanek, memo-media Österreich, freut sich über den Erfolg.