

# Auf der Suche nach dem richtigen Typ

Neun Live, Telemedia Interactive und Neu.de starten TV-Partnerbörse / Premiere für Telechiffre-System im Fernsehen / Plakate bewerben Start

Der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt – Hauptsache die Leitungen laufen heiß: Nach der Beratungsshow „Leichter Leben“, dem Esoterikmagazin „Yin Yang“ und der Arbeitsvermittlung „Job-Chance“ startet der Mitmachkanal Neun Live am Montag mit Telemedia Interactive und der Partnerbörse Neu.de das Dating-Format „Neue Liebe, neues Glück“. „Neun Live versteht sich als Marktmacher und Innovator interaktiver TV-Konzepte, nicht als Ehestarter der Nation“,

## Telechiffre

Partnerinrate mit Voice-Box haben sich in Tageszeitungen erfolgreich bewährt. Telemedia Interactive veranwortet als technischer Dienstleister die Telechiffre unter anderem bei der „SZ“, „Frankfurter Rundschau“, „Mainpost“, „Leipziger Volkszeitung“ und „Lausitzer Rundschau“. Im Durchschnitt melden sich auf eine Anzeige rund 40 Interessenten, die insgesamt ein Telefonievolumen von 100 Minuten generieren.

stellt Christian Heims, Leiter Vertrieb und Online des Münchner Senders, klar. „Von der Brieffreundschaft über die Partyverabredung bis zur echten Partnerschaft ist alles drin.“

Die Idee der Partnersuche über TV ist zwar ein alter Hut, neu ist jedoch die Inszenierung von Online-Content als



Beworben wird der Start mit inhouse produzierten Plakaten im Neu.de Look. 700000 Euro werden in diesem Jahr in City- und Megalight-Poster von Ströer investiert. Rund 300000 Euro sollen 2004 in Werbung fließen.

Die Sendung ist die erste Produktion der neu gegründeten Telemedia-Tochter Premium-TV, die die Investitionen ausschließlich mit Erlösen aus Mehrwertsdiensten refinanziert. „Für Neun Live entstehen lediglich Opportunitätskosten durch das Bereitstellen der Sendefläche“, erklärt Andreas Gnam, CEO von Telemedia und Geschäftsführer Premium TV.

Rund vierzig Kandidaten am Tag sollen laut Plan rund 4000 bis 4500 Minuten kostenpflichtige Anrufergenerieren: Damit summiert sich der Umsatz ohne SMS-Chat im Jahr auf über 2,5 Millionen Euro. Bei digitalen Produktionskosten von weniger als 1000 Euro pro Sendestunde und Upfront-Kosten von einer halben Million Euro, die von allen Partnern gemeinsam getragen werden, soll „Neue Liebe, neues Glück“ in Kürze Gewinn abwerfen. Der Überschuss wird Fair Share zwischen Neun Live und den zwei anderen Partnern geteilt.

Dass die Copy-Cats lauern, wenn das Konzept aufgehen sollte, sieht Premium-TV-Chef Stephan Mayerbacher gelassen: „Die eingesetzte Technologie ist sehr komplex und unser Konzept damit nicht besonders einfach zu kopieren.“

Sabine Schlosser Kontakt: schlosser@horizont.net

## Splitscreen mit allen Schikanken: SMS-Chat, Telefonkontakt und Amateur. Beworben wird das Format auf Citylight-Postern und Megalights

Nachrichten abrufen und sich in Ruhe die Angebote zu Gemüte führen.

Rekrutiert werden die TV-Kandidaten über Neu.de, ein Joint Venture von Cynobia Community Online Service und Ströer Neue Medien Beteiligungsgesellschaft. Die Singlebörse, die nach eigenen Angaben derzeit rund 2.500.000 aktive Mitglieder bei 140 Millionen Page Impressions und 12 Millionen Visits im Monat zählt, bietet über ihre Plattform die Zusatzoption, sich für einen Auftritt bei Neun Live zu bewerben. „Wir sind kein Respostenmarkt, sondern eine aktive Börse“, betont Andreas von Maltzan, Geschäftsführender Gesellschafter von Neu.de. Die Registrierung bei Neu.de ist für Frauen kostenlos

tenlos, Männer zahlen 19 Euro. Wer on Air geht, wird per SMS verständigt.

Neben Standbild-Offerten, die von einem Moderator im Miniformat angesprochen werden, sind mindestens vier Bewegtbild-Clips pro Stunde geplant. Allein in den ersten vier Tagen der TV-Registrierung haben sich 600 Interessenten gemeldet.

Drei Stunden pro Tag – von 1 bis 2 und 6 bis 8 Uhr – ist das neue Format on Air. In der Nacht belegt „Neue Liebe, neues Glück“ einen Teil der bisherigen Erotikschiene, die Neun Live sukzessive eindampft. Bis zu 100.000 Zuschauer netto werden erwartet – in der Nacht eher die 20- bis 29-Jährigen, am Morgen die Klientel über 35 Jahre.