

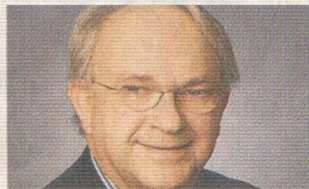
## Das Elend hat ein Ende

**E**s klang ganz groß und nach viel Zukunft: einen „interaktiven Unterhaltungskanal“ werde man entwickeln, das „Impulsfernsehen“ starten – so Christiane zu Salm, Medien-Karrierefrau, zur Gründung des Senders „9live“ im Jahre 2001. Neben Gebühren, Werbung und Tele-shopping wollte man gar eine vierte Säule der TV-Finanzierung etablieren.

Kern des Konzepts über die Jahre: Zuschauer beantworten Quiz-

### FORUM MEDIEN

Werner Schwaderlapp über das Ende von „9live“



fragen über Telefon und können dafür Preise gewinnen. Die telefonische Teilnahme kostet eine erhöhte Gebühr; darin liegt der Erlös des Senders.

Mit Alida und Jürgen sicherte sich 9live Fernsehpietäre aus dem „Big Brother“-Haus. Doch was als eine wissensbezogene Zuschaueraktivität daherkommen wollte, entpuppte sich im Laufe der Zeit immer mehr als elektronisches Elendsquartier: Da wurde unendlich lange nach Automarken

mit dem Buchstaben „A“ gefragt – offenbar so lange, bis genügend Telefonerlöse eingegangen waren. Wenn es gut lief mit den Anrufen, wurde die Auflösung der Quizfrage mit stundenlanger Motivationsrhetorik aufgeschoben – ein Mundwerk, das man erst einmal haben muss.

Die Praktiken riefen die Landesmedienanstalten auf den Plan. Sie erließen eine Gewinnspielsatzung zum Schutz der Zuschauer und Verbraucher. Deren Themen waren Transparenz, Irreführungsverbot, Manipulationsverbot und Schutz der Nutzerinnen und Nutzer vor übermäßiger Teilnahme. Dies erschwerte das Geschäft.

Nun ist das Elend zu Ende. Der Markt hat es gegeben, der Markt hat es genommen. Zum 1. Juni stellte Pro Sieben Sat. 1 das Quizprogramm ein. Keine Impulse mehr: immer weniger Zuschauer riefen an. Sie hatten alle Automarken mit „A“ schon gefunden und für ihre Erkenntnisse telefonisch bezahlt.

P.S.: Wer weiterhin intellektuellen Kraftsport treiben will, findet ihn in Kurzform als kostenpflichtigen Lückenfüller mit Gewinnchance bei anderen Privatsendern. Er sollte dann aber schon wissen, ob (A) Rom oder (B) Washington die Hauptstadt der USA ist.

**Werner Schwaderlapp** ist Professor für Medienmanagement an der Hochschule Fresenius in Köln.