

9Live-Pressemappe

Stand: 2006

9Live: Auf dem Weg zum Kundensender

9Live ist die führende Marke für interaktive Programmangebote und gehört zu den wachstumsstärksten Fernsehsendern in Deutschland. Der in München ansässige Sender produziert täglich 14 Stunden Live-Programm und darüber hinaus täglich rund vier Stunden Call-TV für die Sendermarken ProSieben, Sat.1 und kabel eins. 9Live gilt als die erfolgreichste TV-Innovation der letzten Jahre.

Auf dem Weg zum Kundensender: 9Live startet 2005 als erster Free-TV-Sender ein sendereigenes Bonusprogramm. Unter dem Titel „9Live Gold“ können sich Zuschauer als Kunden registrieren. Mit jedem Anruf bei 9Live erhalten die Mitglieder wertvolle Punkte, sogenannte Goldies, die sie in attraktive Prämien aus der 9Live-Markenwelt eintauschen können. Marcus Wolter, Vorsitzender der 9Live-Geschäftsführung: „Mit über 450.000 Mitgliedern bis Ende 2005 ist ‚9Live Gold‘ Deutschlands größter Fernsehclub im Free-TV.“

„9Live Gold“ gilt als die nächste große, interaktive Fernsehrevolution. „Das Bonusprogramm ist der nächste Schritt zur Positionierung von 9Live als Deutschlands 1. Kundensender.“ Dabei geht es um die konsequente Weiterentwicklung der Marke 9Live. Wolter: „Der Aufbau einer echten Kundenbeziehung zwischen Zuschauer und einem Free TV-Sender ist der Weg in die Zukunft und hier liegt für uns das weitere Wachstum. Wir wollen die Möglichkeiten der Interaktion erweitern. Weil wir in einem echten Kontakt mit dem Zuschauer stehen, können wir besser auf seine Bedürfnisse und Wünsche eingehen.“

Mit seinem interaktiven Geschäftsmodell hat 9Live seit dem Start am 1. September 2001 (vormals TM3, Sendergründung 1995) den TV-Markt nachhaltig verändert. Im Mai 2002 erreichte der Sender erstmals in der siebenjährigen Sendergeschichte die Gewinnzone und schaffte so den schnellsten Turnaround in der deutschen TV-Geschichte.

9Live gilt als Vorreiter einer neuen Sendergeneration des Transaktionsfernsehens. Der Sender erzielt seine Erlöse größtenteils durch die Interaktion mit dem Zuschauer über das Telefon. Dieses Geschäftsmodell macht 9Live weitgehend unabhängig von Werbung und wird mittlerweile von einer Vielzahl von Sendern kopiert.

9Live Fernsehen AG & Co. KG

Genauere Firmenbezeichnung	9Live Fernsehen GmbH
Geschäftsfeld	Interaktive Live-Unterhaltung
Geschäftsführung:	Marcus Wolter (Vors.), Conrad Albert
Mitarbeiter	ca. 100 feste Mitarbeiter
Firmenadresse	Gutenbergstr. 01, 85774 Unterföhring
T	+49 (0) 89 / 9507-8891
F	+49 (0) 89 / 9507-8826
Homepage	www.neunlive.de
E-Mail	info@neunlive.de
Sendestart	01.09.2001 (vorher TM3, Sendergründung: 1995)
Technische Reichweite	<p>9Live ist im Kabel (alle Bundesländer) und über Satellit ASTRA 1 D (Transponder 64, 19,2° Ost, vertikale Polarisation, analog und unverschlüsselt, Downlink-Frequenz: 10,936 GHz) und ASTRA 1 H (Transponder 104, 19,2° Ost, vertikale Polarisation, digital und unverschlüsselt, Downlink-Frequenz: 12.480 GHz) zu empfangen.</p> <p>Terrestrische Frequenzen: Hamburg, Saarland</p> <p>Technische Reichweite: rund 28 Mio. HH (82%)</p>
Programm	<p>9Live, Deutschlands 1.Quizsender, bietet täglich 14 Stunden interaktive Live-Unterhaltung. Die Zuschauer können sich an den Quizsendungen per Postkarte, SMS (an 444999) oder über die Mitmach-Hotline (01379 - 444 999; 0,49 Euro / Anruf und aus Österreich unter 0901 - 07 10 99, 0,70 € / Anruf) beteiligen.</p>

Die 9Live-Erfolgsgeschichte

> 1995

Gründung des Frauensenders TM3 von der Tele München-Gruppe (Herbert Kloiber) und dem Heinrich Bauer Verlag.

> 1999/2000

Übernahme durch Rupert Murdoch, Umfunktionierung zum „Champions-League-Sender“.

> 2001

Übernahme durch die H.O.T. Networks GmbH und die ProSiebenSat.1 Media AG.

> 23. April 2001

Unter dem Motto „So live wie das Leben“ sendet TM3 interaktive Live-Unterhaltung (13 Stunden Live-Programm).

> September 2001

Umbenennung von TM3 in 9Live.

> Dezember 2001

9Live feiert den zunächst erfolgreichsten Monat seit der Umbenennung am 1. September 2001. Drei Monate nach der Neustrukturierung zählt der Sender 6,54 Millionen Anrufe pro Monat.

> Januar 2002

Eine neue Bestmarke: 675.000 Anrufe an einem Wochenende. Ausschlaggebend für den Erfolg sind die neu gestarteten Formate, wie die interaktive Fußballshow „90 Live“, das Heimwerker-Magazin „do it yourself!“ und das Quiz „Greif an“, bei dem Alida Kurras ihr Moderatordendebüt hat.

> April 2002

9Live schließt erstes Quartal 2002 erfolgreich ab. Das Unternehmen verzeichnet von Januar bis März 2002 mehr als 22 Millionen Anrufe. Das bedeutet ein Wachstum von 30 Prozent gegenüber dem vierten Quartal 2001. Der Umsatz wächst in den drei Monaten auf 8,6 Millionen Euro. Das entspricht einer Steigerung von 241% gegenüber dem Vorjahresquartal.

> Mai 2002

9Live erreicht erstmals die Gewinnschwelle. 9Live (vormals TM3) kann zum ersten Mal in der siebenjährigen Sendergeschichte einen operativen Gewinn verzeichnen. Die für das Erreichen der Gewinnschwelle notwendige Hürde von rund zwölf Millionen Anrufen pro Monat wird mit 17,2 Millionen Anrufen im Mai 2002 weit übertroffen. Der Sender erreicht damit den operativen Break-even. „Damit hat 9Live ein Jahr früher als geplant die Gewinnschwelle erreicht“, berichtet 9Live-Geschäftsführerin Christiane zu Salm.

Rückfragen:

9Live Fernsehen GmbH, Sylke Zeidler, Leitung Kommunikation & PR,
T +49 (0)89 / 9507-8891, F -8826 oder sylke.zeidler@neunlive.de

> Juli 2002

9Live ist von Werbeeinnahmen unabhängig. In einer Zeit, in der werbefinanzierte Sender unter dem schweren Einbruch des Werbemarkts leiden, bewährt sich das Geschäftsmodell von 9Live. Durch den Erfolg des Mitmachfernsehens gibt es von 11.00 Uhr bis 24.00 Uhr überhaupt keine Werbeblöcke mehr.

> August 2002

In einem Jahr zum Turnaround. 9Live verzeichnet im zweiten Quartal 2002 über 43 Millionen Anrufe - doppelt so viele wie im ersten Quartal 2002. Der Sender steigert den Umsatz auf 14,09 Millionen Euro. Das entspricht einem Wachstum von 61% im Vergleich zum ersten Quartal 2002. Christiane zu Salm: „Wir haben TM3 in tiefroten Zahlen übernommen und als 9Live völlig neu positioniert. Der Turnaround ist geschafft.“

> September 2002

9Live feiert den ersten Sendergeburtstag. Am Geburtstagswochenende verzeichnet der Sender insgesamt 1,07 Millionen Anrufe pro Tag. Ein Jahr zuvor zählte 9Live noch täglich 164.000 Anrufe.

> Oktober 2002

Erster operativer Quartalsgewinn in der Unternehmensgeschichte. Im dritten Quartal 2002 steigert 9Live seinen Umsatz auf 15,35 Millionen Euro und erzielt ein EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen) von 5,35 Millionen Euro. Noch im Vorjahresquartal verzeichnete der Münchner Sender - damals noch TM3 - einen operativen Verlust in Höhe von 7,14 Millionen Euro.

> Januar 2003

9Live ist wachstumsstärkster deutscher TV-Sender. Der Münchner Sender meldet das bisher beste Quartal seit seiner Gründung: Im vierten Quartal 2002 steigert 9Live seinen Umsatz auf 22,55 Millionen Euro. Das bedeutet einen Zuwachs von 264,6% gegenüber dem Vorjahreszeitraum (6,19 Millionen Euro). Damit ist 9Live gegen den konjunkturellen Abwärtstrend des deutschen Medienmarkts zum wachstumsstärksten und einem der erfolgreichsten deutschen Spartensender geworden. „Unsere Strategie, überwiegend auf Zuschauerbeteiligung statt auf Werbefinanzierung zu setzen, hat sich hervorragend bewährt“, so 9Live-Geschäftsführerin Christiane zu Salm. 57 Millionen Zuschaueranrufe zählt der Sender im vierten Quartal 2002.

> 13. April 2003

Start der 9Live-Qualitätsoffensive mit zwölf neuen Live-Formaten: darunter die „9Live Job-Chance“, die erste Arbeitsvermittlungssendung im deutschen Fernsehen.

> August 2003

Die Euvia Media AG, die an 9Live zu 100% beteiligt ist, kann im ersten Halbjahr 2003 ihren **Konzernumsatz mehr als verdoppeln**. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum steigt der Umsatz um 104% auf 47 Millionen Euro. Das EBITDA-Ergebnis liegt bei zwölf Millionen Euro, während im ersten Halbjahr 2002 noch ein Verlust von minus acht Millionen Euro ausgewiesen war.

> 1. August 2003

9Live positioniert sich als Deutschlands 1. Quizsender.

> ab 1. September 2003

Schrittweiser Verzicht auf Erotikprogramm.

> September 2003

9Live, Deutschlands 1. Quizsender, feiert seinen **zweiten Sendergeburtstag mit der längsten Quiz-Show der Welt**. Die drei Tage und drei Nächte lange Live-Moderation wird von der „Guinness World Records Ltd.“ in London offiziell als Weltrekord anerkannt.

> Februar 2004

9Live, Deutschlands 1. Quizsender, hat im Jahr 2003 seinen **Umsatz um 30 Prozent gesteigert**, von 60,6 Millionen Euro im Jahr 2002 auf 78,7 Millionen Euro in 2003. Der Sender konnte das EBITDA von 9,9 Millionen Euro im Jahr 2002 auf 29,3 Millionen Euro in 2003 nahezu verdreifachen. Dies entspricht einem Zuwachs von 196%. Bei den Anrufrufen verzeichnete 9Live Steigerungen im zweistelligen Prozentbereich.

> 1. März 2004

9Live stärkt die Primetime und startet fünf neue Shows. Darunter der TV-Klassiker „Glücksrad“ mit Frederic Meisner.

> 23. April 2004

Die Staatsanwaltschaft München stellt ihr Ermittlungsverfahren gegen 9Live ein. Sie hat aufgrund von fünf Tatvorwürfen ermittelt und diese durchweg abgewiesen. Die Ermittlungen haben bestätigt, dass 9Live kein Besetzzeichen eingespielt hat, dass 9Live nicht widerrechtlich kostenpflichtige Anrufe auf seinen Anrufbeantwortern hervorgerufen hat, dass die Moderatoren von 9Live nicht unzulässig animieren, dass es keine für den Zuschauer kostenpflichtigen Rückrufe gab und dass 9Live kein unerlaubtes Glücksspiel vorgeworfen werden kann.

> 4. Juni 2004

Start von „9Live Zuhause“, Deutschlands erster Live-Doku-Soap mit Moderatoren. 13 Stunden täglich können die Zuschauer den Moderatoren-Alltag live am Bildschirm mitverfolgen.

Rückfragen:

9Live Fernsehen GmbH, Sylke Zeidler, Leitung Kommunikation & PR,
T +49 (0)89 / 9507-8891, F -8826 oder sylke.zeidler@neunlive.de

> 9. August 2004

„9Live Zuhause“ unterwegs: Die Moderatoren leben vier Wochen im „9Live Sommercamp“ und senden von dort live. Ein Ferkel namens „Schnappi“ sorgt für tierische Gesellschaft und viel Aufsehen. Jetzt lebt „Schnappi“ auf einem Bio-Bauernhof in der Nähe von München.

> 13. Oktober 2004

Christiane zu Salm gibt ein Buch zur TV-Zukunft heraus. Unter dem Titel „Zaubermaschine interaktives Fernsehen? TV-Zukunft zwischen Blümenträumen und Businessmodellen“ analysieren namhafte Autoren den aktuellen Stand der Diskussion sowie Trends der TV-Zukunft. Der 239-Seiten starke Band erscheint im Gabler-Verlag.

> 15. November 2004

Die Euvia Media AG geht mit dem bei 9Live erfolgreich etablierten Geschäftsmodell ins Ausland. Im Rahmen einer internationalen Kooperation startet auf dem renommierten britischen Sender E 4 (Digitalsender von Channel 4) die tägliche Show „9Live Quiz TV“. Während einer Testphase von zunächst zwei Monaten produziert Deutschlands 1.Quizsender die vierstündige Live-Sendung, die von 11.00 bis 15.00 Uhr (MEZ) ausgestrahlt wird.

> 7. März 2005

Start von „Geld unters Volk“, Deutschlands 1.Reality-Quiz mit Isabel Varell. Jeden Tag muss eine Familie 5.000 Euro ausgeben. Wie und wofür ist von der jeweiligen Tagesaufgabe abhängig. Neben dem Reality-Quiz starten weitere neue Shows und Programm-Innovationen.

> März 2005

Die Euvia Media AG, die die Sender 9Live und sonnenklar TV betreibt, erwirtschaftete 2004 nach vorläufigen Zahlen einen **Umsatz von 102,4 Millionen Euro** bei einem EBITDA von 28,2 Millionen Euro.

> Juli 2005

Die ProSiebenSat.1 Media AG übernimmt sämtliche Gesellschafteranteile der Euvia Media AG. Zur Euvia Media gehören 9Live, Deutschlands 1.Quizsender, und sonnenklar TV, Deutschlands führender Reiseverkaufssender.

> August 2005

9Live startet zum ersten Mal in der Sendergeschichte eine bundesweite Werbekampagne. Die TV-Spots werden ab August 2005 auf den Sendern der ProSiebenSat.1 Media AG (ProSieben, Sat.1, kabel eins, N24) zu sehen sein. Die Print-Anzeigen erscheinen bundesweit in der BILD-Zeitung. Für die Spots und Anzeigen wurde „Schlau gewinnt“ als künftiger Sender-Claim kreiert.

Rückfragen:

9Live Fernsehen GmbH, Sylke Zeidler, Leitung Kommunikation & PR,
T +49 (0)89 / 9507-8891, F -8826 oder sylke.zeidler@neunlive.de

> September 2005

9Live testet erstmals DVB-H. 9Live geht den ersten Schritt in die mobile Zukunft. Auf der Internationalen Funkausstellung 2005 in Berlin testet Deutschlands 1. Quizsender zum ersten Mal DVB-H. Am Messestand von T-Systems und der Berliner Initiative „Projekt Zukunft“ kann über sogenannte Fernseh-Handys ein „Quiz Spezial“ empfangen werden. Moderatorin Alida Kurras stellt darin 9Live-spezifische Fragen. Die IFA-Gäste können vor Ort das Angebot testen, mitmachen und dabei Geld- und Sachpreise gewinnen.

> September 2005

9Live startet Web-TV. Deutschlands 1. Quizsender ist jetzt auch live im Internet zu empfangen. Zunächst für eine Testphase von drei Monaten zeigt 9Live sein Programm rund um die Uhr auch Online unter www.neunlive.de. Über einen Banner auf der Startseite werden die User zum Live-Stream geführt. Der Sender will so zusätzliche Verbreitungsmöglichkeiten testen.

> September 2005

9Live startet als erster Free-TV-Sender ein sendereigenes Bonusprogramm. Unter dem Titel „9Live Gold“ können sich Zuschauer künftig als Kunden registrieren lassen. Mit jedem Anruf bei 9Live erhalten die Mitglieder wertvolle Punkte, sogenannte Goldies, die sie gegen attraktive Prämien eintauschen können. Marcus Wolter, Vorsitzender der 9Live-Geschäftsführung: „Bis Ende des Jahres werden wir 450.000 Mitglieder haben. Damit ist ‚9Live Gold‘ Deutschlands größter Fernsehclub.“

> Oktober 2005

Frank Lämmermann (28), der frühere VIVA-Comedian, kehrt jetzt mit einer eigenen Personality-Show bei 9Live zurück auf den Bildschirm. „Lämmermanns Keller“ startet am 7. Oktober 2005.

> November 2005

Der Entertainer Harald Schmidt (48) geht jetzt bei 9Live auf Sendung. Deutschlands 1. Quizsender zeigt die besten Folgen der legendären „Harald Schmidt Show“. Gestartet wird das „Best of“ am 7. November 2005, zweimal wöchentlich im Primetimeprogramm von 9Live.

> Mai 2006

Schlagabtausch zwischen 9Live-Moderator Jürgen Milski (43) und Ex-Boxer René Weller (53) in der Rhein-Mosel-Halle in Koblenz. 9Live übertrug das TV-Spektakel. Auslöser des Streits war eine verbale Beleidigung von Jürgen in seiner Live-Quizshow „Der unfassbare Gewinn“. Darin nannte er Weller einen „Spargeltarzan, dessen Gehirn kaum größer als ’ne Erbse ist.“ René Weller, Titelträger der „WAA“ im Superfedergewicht, konterte. „Von so einem Hempel-Jürgen lasse ich mich nicht beleidigen“. Er forderte den Boxkampf heraus - und gewann.

> August 2006

Der Quizsender 9Live startet mit einem eigenen Call-TV-Fenster in 22 arabischen Ländern. Gemeinsam mit Atlas Interactive hat sich der Sender darauf verständigt, auf dem Sender mlive täglich eine vierstündige Call-Show auszustrahlen. Das Live-Format geht unter dem Titel „9Live Arabia“ auf Sendung und läuft zwischen 21.30 Uhr und 1.30 Uhr Ortszeit. Der Sender mlive gehört zu Atlas Interactive und kann in den Regionen des Mittleren Osten, Nordafrika und Europa von rund 300 Millionen Haushalten empfangen werden. Für den internationalen Vertrieb der 9Live-Call-TV-Fenster ist der weltweite ProSiebenSat.1-Programmvertrieb SevenOne International zuständig. 9Live realisiert die tägliche Call-TV-Show für den arabischen Raum als Full-Service-Dienstleister.

> August 2006

9Live präsentiert in einem täglichen TV-Special das Beste aus der erfolgreichen Pro Sieben-Castingshow POPSTARS. Der Quizsender zeigt das 15minütige „Best of“ mit den besten Sprüchen, den schönsten und skurrilsten Gesangseinlagen der Bewerberinnen, den Emotionen und Reaktionen rund um die Suche nach „neuen Engeln“.

> September 2006

Zum fünften Sendergeburtstag spielt 9Live fünf Traumautos aus. 9Live-Geschäftsführer Marcus Wolter: „Als führende Marke für interaktive Programmangebote in Deutschland und Europa sind wir Innovationstreiber und Trendsetter. Mit 9Live haben wir ein nachhaltiges, werbeunabhängiges Geschäftsmodell im Markt etabliert, das mittlerweile weltweit Schule macht. Diesen Erfolg verdanken wir vor allem unseren Zuschauern.“ Mit dem TV-Geburtstag startet der Sender in die kommende 9Live-Event-Saison. Geplant sind weitere Fernseh-Specials:

- Quiz-Innovation „Jimalaya“, bei der alle Anrufer gleichzeitig gegeneinander spielen können.
- 9Live lädt seine Zuschauer zum Tanken ein. Autofahrern, die die Rätsel- und Quizaufgaben vor Ort richtig lösen, spendiert 9Live eine Tankfüllung.
- Der Sender lädt Prominente zum ultimativen Bobby Car-Rennen ein.
- Nicht wer am schnellsten schwimmt oder am schönsten vom Turm springt - sondern wer die größte Arschbombe vom Fünf-Meter-Brett schafft, gewinnt bei diesem Turnier.
- Drei Teams, drei Mofas und ein Ziel: Welches Team schafft es, insgesamt 24 Stunden nonstop auf einem Mofa einen Rundkurs zu absolvieren?
- 9Live sucht den neuen Meister im Pfahlsitzen. Allerdings steht dieser Pfahl nicht irgendwo, sondern in einem Affenstall.

Rückfragen:

> Oktober 2006

9Live startet mit einem eigenen Gaming-Portal und relaunched seine Homepage www.neulive.de. Die überarbeitete Site bietet neben den üblichen Informationen rund um Sender, Sendungen und Moderatoren eine interaktive Gaming-Plattform. Damit wird die erfolgreiche Marke 9Live auch ins Internet verlängert.

> Oktober 2006

Der sendereigene Kundenclub „9Live Gold“ startet seinen Online-Prämienshop für Clubmitglieder. 9Live-Zuschauer, die sich zuvor kostenfrei im Web oder telefonisch angemeldet haben, können mit jedem Anruf bei 9Live Punkte, sogenannte Goldies, sammeln und diese in exklusive Prämien aus der 9Live-Welt eintauschen. Die Prämien können dann online ausgewählt und bestellt werden.

Marcus Wolter **Vorsitzender der 9Live-Geschäftsführung**

Marcus Wolter wurde am 1. Oktober 2005 zum Vorsitzenden der 9Live-Geschäftsführung berufen. Er verantwortet die konsequente Umsetzung interaktiver Programme und den Ausbau von 9Live als führende Marke für interaktives Fernsehen. Wolter ist maßgeblich für den nachhaltigen Erfolg des Geschäftsmodells von 9Live verantwortlich. Im Juli 2005 übernahm die ProSiebenSat.1 Media AG sämtliche Anteile der Euvia Media, Mutterholding von 9Live.

Marcus Wolter wurde am 31. Januar 1968 in Hamburg geboren. Nachdem er 1986 das Abitur und anschließend den Wehrdienst absolviert hatte, begann er das Studium der Sozialwissenschaften in Hamburg (1988-1992).

Wolters Medien-Karriere begann bereits während des Studiums mit der Gründung eines eigenen Musikverlages. Wolter produzierte CDs mit dem damaligen Soap-Star Andreas Elsholz („Gute Zeiten, schlechte Zeiten“), entwickelte zahlreiche Compilation-Tonträger und entdeckte u.a. Lotto King Karl, der noch heute zu den Kultstars der Republik zählt.

1994 nahm er den damals noch völlig unbekanntesten Stefan Raab für seinen Musikverlag unter Vertrag. Weitere Top-Teenie-Acts folgten. Sein Verlag „Seegang Musik“ avancierte 1996 zu den Top 20 in Deutschland. 1998 produzierte Wolter den Megaseller „Gold“ von Dieter Thomas Kuhn mit der frechen Version des Hits „Über den Wolken“ und verhalf dem kurzerhand zur „singenden Fönwelle“ titulierte Künstler damit ebenfalls zum Kultstatus. Kuhn füllt noch heute die größten Hallen in Deutschland. Marcus Wolter und seine Interpreten wurden mit einer Vielzahl goldener Schallplatten ausgezeichnet.

Im selben Jahr wurde er Geschäftsführer des Sony-Labels „Hossa“, spezialisiert auf deutschsprachige Acts mit crossmedialen Marketing-Konzepten. Das Musikgeschäft allein war aber schon damals nicht ausfüllend für den rastlosen Jung-Unternehmer. So erwarb sich der Hamburger vor seiner Zeit bei 9Live und parallel zu seinen musikalischen, unternehmerischen Aktivitäten den Ruf als kreativer Fernsehmacher.

1993 begann Marcus Wolter bei der Hamburger Produktionsgesellschaft MME das Fernseh-Handwerk zu lernen. Er war Redakteur für die Premiere-Sendung „Showbizz“, für die News und drehte Dokumentationen und TV-Specials, wie z. B. zum Todestag des Queen-Sängers Freddie Mercury.

Christoph Post, Gründer von MME und inzwischen Vorstandsmitglied, nahm Marcus Wolter 1993 als Producer mit nach Köln, um dort den Musiksender VIVA aufzubauen. Wolter entwickelte Shows der ersten Stunde und entdeckte dabei Moderatoren wie Heike Makatsch, Aleksandra Bechtel und Stefan Raab. Der Hanseat bewies nicht nur Gespür für den Fernsehnachwuchs, sondern auch für die Entwicklung von Showkonzepten.

So konzipierte und produzierte er die Raab-Sendung „VIVASION“, die es sogar zu einer Grimme-Nominierung brachte. Als beste Jugendsendung wurde seine Formatentwicklung „Ma kuck’n“, ebenfalls mit Stefan Raab, mit dem Fernsehpreis „Der Goldene Löwe“ ausgezeichnet.

1999 entwickelte Wolter als Producer für die Firma „Brainpool“ die Pilotsendung für die noch heute erfolgreiche Comedyshow „TV Total“ mit Stefan Raab. Im selben Jahr gründete Wolter neben seiner Firma „Seegang Musik“ einen weiteren Firmenzweig namens „Seegang Media“. Wolter hatte den Trend „Interaktion“ erkannt und zählte u.a. MTV und eben 9Live zu den Kunden seines Unternehmens.

In dieser Zeit entdeckte Christiane zu Salm, damalige 9Live-Geschäftsführerin, ihren künftigen Programmdirektor. Marcus Wolter übernahm diese Funktion im Februar 2002: „Diese Art von Fernsehen reizte mich von der ersten Sekunde an. 14 Stunden täglich Live-Fernsehen unter direkter, interaktiver Teilnahme der Zuschauer ist für mich eine der größten Herausforderungen, die das Mediengeschäft zu bieten hat.“

Zu Salm gab Wolter die Chance, auch weiterhin mit unternehmerischem Ansatz agieren zu können. 2002 verkaufte Marcus Wolter seine Firmen und widmete sich mit aller Leidenschaft der neuen Herausforderung. Wolter hatte innerhalb kürzester Zeit eine völlig neue Art des Fernsehens etabliert und salonfähig gemacht. Trotz Kritiken und großer Widerstände. Aber sehr schnell war klar. „Wir können ja nicht am Publikum vorbei erfolgreich sein.“ Die Anruhzahlen stiegen und 9Live wurde schnell zu einem der erfolgreichsten Spartensender Europas. „Wir haben den Fernsehmarkt damit revolutioniert“, so Wolter.

Marcus Wolter gelang es innerhalb weniger Monate das ehemals defizitäre TM 3 (gegründet 1995) in einen gewinnbringenden TV-Sender umzugestalten. Mit dem neuen Geschäftsmodell des Transaktions-Fernsehens schaffte es 9Live, in Zeiten rückläufiger Werbeeinnahmen ein werbeunabhängiges Sender-Konzept zu etablieren. Diese TV-Innovation ist mittlerweile marktbeherrschend und hat eine nachhaltige Veränderung der TV-Branche ausgelöst. „Wer heute über alternative und Konjunktur unabhängige Geschäftsmodelle nachdenkt, kommt an 9Live nicht mehr vorbei“, so Marcus Wolter.

9Live schaffte den schnellsten Turnaround in der Geschichte des Privatfernsehens. Bereits im Mai 2002, wenige Monate nach der Umbenennung in 9Live am 1. September 2001 und erstmals in der siebenjährigen Sendergeschichte, schrieb der Sender schwarze Zahlen. Wolters Erfolgsformel für das interaktive Fernsehen: „Ein spannendes Fernsehkonzept sollte in drei Sätzen erklärbar sein. Ich komme aus einer Fernsehgeneration, die zudem gelernt hat, dass erfolgreiches und kreatives Programm keine hohen Kosten verursachen muss.“ Das 9Live-Programm richtete Wolter auf ein aktives, mitmachfreudiges Publikum aus. „Wir sind auf Augenhöhe mit unseren Zuschauern und heben die Grenzen zwischen Publikum und Moderatoren nahezu auf“, so Wolter. Inzwischen ist 9Live führende Marke für Interaktion im deutschen Fernsehen und einer der profitabelsten Fernsehsender Europas. Marcus Wolter wurde am 1. August 2003 zum Geschäftsführer von 9Live ernannt.

„Wir sind in der Lage, sehr schnell neue Trends zu erkennen, zu entwickeln und live auszuprobieren. Der Vorteil eines Spartensenders besteht eben auch darin, im Kleinen zu testen und bei Erfolg damit in die Primetime zu gehen und so innovativ immer eine Nasenlänge voraus zu sein“, erklärt Wolter eines der Erfolgsrezepte von 9Live. Zu Wolters zahlreichen Programm-Innovationen gehören z. B. Deutschlands erste interaktive Fußballshow „90Live“ (2002) und das erste Arbeitlosenmagazin „Job-Chance“ (2003). Wolter sorgte ebenfalls für das Moderatoren-Comeback von Hugo Egon Balder (2002), der heute bei Sat.1 große Erfolge feiert. Er engagierte den Comedian für die 9Live-Reality-Show „Tanzmarathon“, in der Paare im Dauertanzen gegeneinander antraten. Als die Pisa-Studie Deutschland erschütterte, startete er mit „9Live Pisa“ und „9Live Klassenzimmer“ eine Bildungsoffensive (2003). Diese Konzeptinhalte wurden später von der ARD kopiert, die „9Live Job-Chance“ vom ZDF.

Um die Position als Innovationsführer zu untermauern und für weiteres Wachstum bei 9Live zu sorgen, startet Wolter Anfang Oktober 2005 das sendereigene Bonusprogramm unter dem Titel „9Live Gold“. „Bis zum Jahresende werden wir 450.000 Mitglieder haben. Damit wird ‚9Live Gold‘ Deutschlands größter Fernsehclub sein“, so Wolter. Zuschauer können sich als Mitglieder registrieren und mit jedem Anruf wertvolle Punkte für attraktive Prämien sammeln. 9Live wird sich so vom reinen Quizsender zum ersten Free-TV-Sender mit echter Kundenbeziehung entwickeln. „Das Goldprogramm ist der nächste Schritt zur Positionierung als Kundensender. Hier beginnt die nächste, interaktive Fernseh-Revolution von 9Live.“

Marcus Wolter, inzwischen Wahl-Münchener, ist seit 1998 verheiratet und Vater von zwei Söhnen. Seine geheime Leidenschaft: „Irgendwann, im hohen Alter, möchte ich Präsident des FC St. Pauli sein.“ Bis dahin allerdings hat sich Marcus Wolter vorgenommen, noch so einige weitere „Fernseh-Revolutionen“ zu gestalten.

Kontakte

Adresse:	9Live Fernsehen GmbH Gutenbergstr. 01 85774 Unterföhring
T	+49 (0)89 / 9507 - 8891
F	+49 (0)89 / 9507 - 8826
9Live-Website:	http://www.neunlive.de
E-Mail:	info@neunlive.de
Geschäftsführung:	Marcus Wolter (Vors.), Conrad Albert
Leitung Kommunikation & PR:	Sylke Zeidler T +49 (0)89 / 9507 - 8891, F - 8826 E-Mail: sylke.zeidler@neunlive.de
Kommunikation & PR:	Daniela Klotz T +49 (0)89 / 9507 - 8890, F - 8826 E-Mail: daniela.klotz@neunlive.de
Zuschauer-Hotline „9Live-Direkt“:	☎ 0180 / 536 20 20 (0,12 EUR/Min.) (montags bis freitags 11.00 Uhr bis 19.00 Uhr)
Zuschauer-Fax:	0180/536 20 30