

Pressemitteilung

Das Leichtathletik-Spektakel **berlin 2009**TM wird in 190 Länder übertragen

Kultband „a-ha“ stellt Offiziellen WM-Song / BOC präsentiert vier Nationale Förderer

Genau einen Monat vor Beginn der 12. IAAF Leichtathletik WM **berlin 2009**TM haben ARD und ZDF in der Hauptstadt das TV-Übertragungskonzept zur weltgrößten Sportveranstaltung des Jahres vorgestellt: Die TV-Bilder aus Berlin werden in mehr als 190 Länder weltweit übertragen. Die norwegische Kultband „a-ha“ stellt mit ihrem aktuellen Hit „Foot of the Mountain“ den Offiziellen WM-Song. Das WM-Organisationskomitee präsentierte zudem vier weitere Wirtschaftspartner für **berlin 2009**TM.

Klaus Wowereit, der Regierende Bürgermeister von Berlin und Präsident des WM-Organisationskomitees, eröffnete die Pressekonferenz in der 37. Etage des Park Inn Hotels am Alexanderplatz mit den Erwartungen Berlins an die Leichtathletik-WM: „Durch die Übertragung der TV-Bilder in mehr als 190 Länder weltweit wird Berlin in diesem August enorme Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Die Bürgerinnen und Bürger Berlins werden mit ihrer Gastfreundschaft und Begeisterungsfähigkeit ein weltweites Signal senden, dass die Deutsche Hauptstadt ‚the place to be‘ ist.“

Der Geschäftsführende Präsident des WM-Organisationskomitees und Präsident des Deutschen Leichtathletik-Verbandes (DLV), Dr. Clemens Prokop, erklärte: „Die Vorbereitungen der in gut vier Wochen beginnenden Leichtathletik-WM laufen auf Hochtouren. Wir befinden uns in allen Bereichen der Organisation im Soll.“

Dr. Prokop präsentierte der Öffentlichkeit am Mittwoch mit dem Titel ‚Foot of the Mountain‘ der norwegischen Kultband ‚a-ha‘ den Offiziellen WM-Song: „Eine so bedeutsame Band für **berlin 2009**TM zu begeistern, stellt noch einmal die internationale Bedeutung der Leichtathletik-WM heraus“, erläuterte Prokop weiter.

Dieter Gruschwitz, Leiter der ZDF-Hauptredaktion Sport und Vorsitzender von BERTA stellte das TV-Konzept und die Übertragungszeiten im Rahmen der 12. IAAF Leichtathletik WM **berlin 2009**TM vor: „Wir von ARD und ZDF werden gemeinsam und im täglichen Wechsel ca. 55 Stunden Live-Programm zur besten Sendezeit ausstrahlen. Hinzu kommen natürlich noch die zahlreichen Regelsendungen, wie Morgen- oder Mittagmagazin, die Sportschau oder SPORTreportage.“

„Die Leichtathletik-WM wird in die meisten Länder der Welt übertragen, das ist eine hervorragende Werbung für die Leichtathletik, Berlin und Deutschland“, erläuterte Gruschwitz weiter.

Walter Johannsen, ARD-Teamchef und Stellvertretender Vorsitzender von BERTA, stellte in Berlin die technischen Inhalte der TV-Produktion vor: „Gemeinsam produzieren ARD und ZDF als Host-Broadcaster BERTA das Sendesignal für TV-Stationen weltweit und in hochauflösender HDTV-Technik. Damit ist **berlin 2009**TM der erste Schritt in Richtung High-Definition-Regelbetrieb, den beide Sender mit den Olympischen Winterspielen in Vancouver 2010 beginnen werden.“

Michael Mronz, Mitglied des WM-Organisationskomitees, präsentierte auf der Pressekonferenz vier Nationale Förderer für **berlin 2009**TM, angeführt vom weltweit führenden Sportversicherer ARAG.

Neben dem Düsseldorfer Unternehmen ARAG werden der Sportgerätehersteller Benz, das Berliner Getränkeunternehmen Berliner Pilsner und der weltweit agierende Softgetränkhersteller Coca-Cola das WM-Organisationskomitee in der Vorbereitung, Durchführung und Bewerbung der weltgrößten

Official IAAF Partners



Sportveranstaltung des Jahres 2009 partnerschaftlich unterstützen. Alle weiteren Informationen zu den Nationalen Förderern entnehmen Sie bitte den zusätzlich angehängten Pressemitteilungen.

Zusätzlich stellte das Organisationskomitee einen Monat vor WM-Beginn die umfangreichen Promotionmaßnahmen vor. **berlin 2009™** wird prominent in der Öffentlichkeit präsent sein. Vom City Dressing mit zahlreichen Megapostern und Sonderwerbeflächen in Berlin, über umfangreiche Beflaggung, Plakatkampagnen in Berlin und Berlin-Brandenburg, TV-Spots, bis hin zu bundesweiten Radiospots.

„Wir freuen uns, gemeinsam mit den Berlinerinnen und Berlinern eine tolle WM-Atmosphäre für Deutschland und die Hauptstadt zu entfachen“, erklärte Michael Mronz.

Im Hauptbahnhof werden die Reisenden aktuell auf einer riesigen Werbefläche des Nationalen Partners Vattenfall auf die WM eingestimmt. Ab Anfang August wird am Kandelaber am Charlottenburger Tor, eine der größten und prominentesten Werbeflächen der Hauptstadt, ein Mega-Banner des IAAF-Partners Toyota und des Nationalen Partners Deutsche Post auf die WM hinweisen.

Die weiteren Nationalen Partner der WM sind in der Aktivierung ihrer Sponsorenengagements und werden ebenfalls zeitnah die prominente Bewerbung der WM starten.

Auch beim Ticketing steigt die Nachfrage stetig an. Für die Veranstaltungen am Samstag, den 22. August, gibt es zum Beispiel nur noch 2.700 Einzelkarten. Michael Mronz führte aus: „Wir freuen uns über das deutlich spürbar gestiegene Interesse an der Leichtathletik-WM und werden in Kürze den ersten WM-Tag ausverkauft melden können.“

Die Eintrittskarten für die Leichtathletik-WM sind erhältlich unter der **Ticket-Hotline 01805 1 2009 1** (0,14 Euro/Min. aus dem deutschen Festnetz, Tarife aus den Mobilfunknetzen können variieren), im Internet unter www.berlin2009.org, an ca. 2.000 Ticket-Vorverkaufsstellen bundesweit, davon ca. 350 in Berlin-Brandenburg, und in weiteren ca. 9.000 TUI-Reisebüros.

„In den kommenden Tagen und Wochen wird unsere Hauptaufgabe darin liegen, die einzelnen Veranstaltungstage mit Ihren jeweiligen sportlichen Highlights stärker in den Vordergrund zu stellen“, erläuterte Michael Mronz weiter.

Informationen zur 12. IAAF Leichtathletik WM **berlin 2009™** sowie dem Ticketverkauf finden Sie im Internet unter www.berlin2009.org

Für Rückfragen:

BOC 2009 GmbH
Cem Herder
Public Relations Manager
Hanns-Braun-Str./Adlerplatz
14053 Berlin
Tel.: +49/30/886 2009-615
Fax: +49/30/886 2009-216
Mobil: +49/151/538 53 615
Email: herder@berlin2009.org