



SevenOne International verkauft „El Sexómetro“ nach Frankreich und Belgien

Seite 1

München, 30. Juni 2008. SevenOne International hat die spanische Primetime-Show „El Sexómetro“ (Sexometer) nach Frankreich und Belgien sowie an einen weiteren europäischen Sender verkauft. Der ProSiebenSat.1-Programmvertrieb vermarktet das Format weltweit im Auftrag der spanischen Produktionsfirma Four Luck Banana. „El Sexómetro“ lief im Dezember 2007 mit überdurchschnittlichen Marktanteilen beim spanischen Fernsehsender Cuatro. In Frankreich und Belgien haben jetzt die beiden Produktionsfirmen Endemol und Ded's it die Umsetzungsrechte von SevenOne International erworben. Neben den Programmen der ProSiebenSat.1 Group vertreibt SevenOne International auch Inhalte von Drittanbietern.

Ansprechpartner Presse:
Stefanie Prinz
ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring
Tel.+49 [89] 95 07-1199
Fax+49 [89] 95 07-91199
E-Mail:
Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.com

Jens Richter, Geschäftsführer von SevenOne International: „'El Sexómetro' geht dem Sexualleben einer TV-Nation auf den Grund. Mit den Ergebnissen einer landesweiten Sexumfrage und einer frischen Primetime-Show präsentiert ‚El Sexómetro‘, wie ein Land in puncto Eros tickt. Wir freuen uns sehr, dass Four Luck Banana uns mit der weltweiten Vermarktung beauftragt hat.“

Ansprechpartner SevenOne International:
Isabelle Fedyk
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring
Tel.+49 [89] 95 07-2322
Fax+49 [89] 95 07-92322
E-Mail:
Isabelle.Fedyk@
SevenOneInternational.com

Luc van Bergen, Geschäftsführer Four Luck Banana: „'El Sexómetro' gehörte 2007 zu den erfolgreichsten TV-Shows des spanischen Fernsehsenders Cuatro. Die Show hat großes internationales Potenzial und wir freuen uns, dass SevenOne International das Format bereits in drei Länder verkaufen konnte.“

Pressemitteilung online:
www.sevenoneinternational.com

El Sexómetro

Wie viele Männer täuschen ihren Orgasmus vor? Sind Frauen über 45 misstrauischer in Beziehungen als Jüngere zwischen 18 und 24 Jahren? Für die TV-Show „El Sexómetro“ hat der spanische Kanal Cuatro das Sexualleben der Spanier unter die Lupe genommen. Die Ergebnisse einer landesweiten Umfrage präsentiert der Moderator in zwei Shows zusammen mit verschiedenen Promis – für Männer und Frauen getrennt. In der ersten Show hieß es im Studio deshalb „women only“, in der zweiten Show waren die Männer unter sich. Das Format kombiniert die Ergebnisse einer wissenschaftlichen Befragung mit



Showelementen eines Primetime-Formats. Dazu gehört auch: Jeder macht mit. Promis und Studiogäste kommentieren die Umfrageergebnisse, geben eigene Geheimnisse preis. Außerdem präsentiert die Studie nicht nur Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Neben regionalen Vorlieben verrät „El Sexómetro“ auch, was die Generationen denken, wenn es um das Thema Sex und Liebe geht. Das Konzept lässt sich als zwei aufeinander folgende Eventshows oder als mehrteilige, wöchentliche Show umsetzen.

Seite 2 von 2

SevenOne International

SevenOne International ist der weltweite Programmvertrieb der ProSiebenSat.1 Group, einem der größten pan-europäischen Medienkonzerne, der mit 26 Free-TV- und 24 Pay-TV-Sendern in 13 Ländern vertreten ist. SevenOne International bietet ein umfangreiches Portfolio mit TV-Events, TV-Movies, Telenovelas, Prime-Time- und Mini-Serien sowie Magazinen und Unterhaltungsformaten. Darüber hinaus vermarktet und kofinanziert SevenOne International Programme von Drittanbietern. Firmensitz ist Unterföhring bei München, Geschäftsführer ist Jens Richter.

Four Luck Banana

Four Luck Banana ist eine spanische Produktionsfirma mit Sitz in Madrid. Das Unternehmen entwickelt und produziert Unterhaltungsshows, Gameshows, Comedyshows, Late-Night-Shows und Realityshows. Four Luck Banana hat für große spanische Fernsehsender bereits zahlreiche Erfolgsshows wie „The Mole“, „The Most Identical Twins“, „Starting Over“, „Grand Slam“ oder „Britain’s Favourite View“ hergestellt. Darüber hinaus setzte Four Luck Banana eine große Bandbreite an Eigenentwicklungen wie „Show Town“, „Street Stars“ oder „Medical Challenges“, die im Ausland teilweise erfolgreich adaptiert wurden.