

# SPOTS



Eine Information der WDR mediagroup GmbH

1958 wurde die WDR mediagroup gegründet

# 50 Jahre für den WDR

Von den ersten Schritten als Werbezeitenvermarkter bis zum integrierten Dienstleistungsunternehmen mit rund 280 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, drei Tochterunternehmen und Beteiligungen an fünf weiteren Firmen – so liest sich die Geschichte der WDR mediagroup im Schnelldurchlauf.

Die Entscheidung für die Einführung des Werbefernsehens traf der WDR Rundfunkrat am 12. Dezember 1957. TV-Werbung ist seit 1958 in



NRW zu sehen, 1987 entschied sich der WDR für die Einführung der Werbung im Radio. Heute ge-



hören 1LIVE, WDR 2 und WDR 4 zu den beliebtesten Radioprogrammen: Sie erreichen regelmäßig Top-Positionen bei der halbjähr-



lichen Media-Analyse (ma). „Die Werbeumfelder des WDR sind seit 50 Jahren attraktive Plattformen.“



KLASSIKER IN ORANGE: Die Maus im Laden



Foto: WDR mediagroup/Görgen

BEI DER ÖFFNUNG DES WDR HÖRFUNK-ARCHIVS 2002: WDR Intendantin Monika Piel (damals Hörfunkdirektorin) und Michael Loeb, Geschäftsführer der WDR mediagroup (damals Geschäftsführer der wwf Wort + Ton GmbH)



RADIO ERLEBEN: Seit 1995 ist der RADIO DAY zum Branchen-treff Nummer 1 geworden.



Foto: WDR mediagroup

ERSTER: Die WDR mediagroup ist der grösste regionale Werbezeitenvermarkter Deutschlands.

Eine unserer Hauptaufgaben bleibt, auch künftig, Werbungtreibenden einen starken Rahmen zu bieten“, sagt Michael Loeb, der Geschäftsführer der WDR mediagroup: „So können wir weiterhin unseren Beitrag zur Mischfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erbringen.“

Während sich die Programm-Macher der WDR mediagroup seit 50 Jahren um das Vorabendprogramm im Ersten kümmern (siehe Seite 18,19), hat sich in den letzten Jahren

ein weiterer Bereich zur Kernaufgabe entwickelt: die so genannte Zweitverwertung.

Mit der Zweitverwertung populärer WDR Fernseh- und Hörfunk-Programme verfolgt die WDR mediagroup licensing das Ziel der Zuschauerbindung. Die kulturelle Vielfalt der Qualitäts-Programme stellt die Basis dar für attraktive Lizenzprodukte. Sie machen die Sendungen auch nach ihrer Ausstrahlung wiedererlebbar: ob als CD, DVD und Zeitschrift, als Buch, als Spielwaren und Accessoires. Tra-

ditionell spielt die Vermarktung von Kinderlizenzen eine wichtige Rolle, auch im Handel. Neben der „Maus“ und „Käpt'n Blaubär“ finden sich im Portfolio der WDR mediagroup licensing auch viele andere hochwertige Charaktere aus dem Umfeld der „Sendung mit der Maus“. So haben DVDs mit „Shaun das Schaf“ einen Stammplatz in den Charts. Seit 2006 ist die Lizenztochter des WDR auch exklusive Vermarktungsagentur aller TV- und Hörfunkproduktionen des WDR (siehe auch Kasten).

Eine wichtige Etappe war die Öffnung des WDR Hörfunkarchivs 2002. Zu der Gelegenheit sagte die WDR-Intendantin und damalige WDR-Hörfunkdirektorin Monika Piel: „Unsere Radioprogramme haben viel zu bieten. Und vieles davon möchten unsere Hörerinnen und Hörer vielfach hören, sie möchten es immer zu Hause haben oder auch einmal verschenken.“ Seit dem erscheinen berühmte historische und aktuelle WDR-Wort-Produktionen auf CD. Fortsetzung auf Seite 20

## DIE WDR MEDIAGROUP-CHRONIK



Hans Hartmann  
(Foto: WDR Archiv)



Dr. Hans Brack  
(Foto: WDR Archiv)

**1958**  
• Die Westdeutsche Werbefernsehen GmbH (wvf) wird am 2. September

als 100-prozentige WDR-Tochter gegründet. Am 23. September erfolgt der Eintrag ins Handelsregister. Gründungsgeschäftsführer ist der damalige WDR-Intendant Hans Hartmann. Am 11. Dezember wird Dr. Hans Brack zum alleinigen Geschäftsführer bestellt.

**1959**  
• Am 1. April zeigt die ARD in NRW erstmals ein Fernsehprogramm, das von Werbeblöcken flankiert ist.

**1962**  
• Die neue Kriminalserie „Gestatten, mein Name ist Cox“ mit Günter Pfitzmann wird bei den Oberhausener Kurzfilmtagen als „Der verkannte Film des Jahres“ ausgezeichnet.

**1965**  
• Start der Sendereihe „Donaugeschichten“ mit Willi Millowitsch.



• Der Vorabend wird länger: Erhöhung der Sendezeit auf 80 Minuten.

**1969**  
• Der 100.000ste Werbefilm wird ausgestrahlt.

**1967**  
• „Graf Yoster gibt sich die Ehre“ am Vorabend.

**1968**



Wolfgang Schmitz  
(Foto: WDR Archiv)

• „Heidi“ und „Drei Damen vom Grill“ (u.a. mit Brigitte Mira gehen auf Sendung.

Fortsetzung auf Seite 18

**KULTIG:** „Ute, Schnute, Kasimir“ waren von 1984 bis 1990 fester Bestandteil des Vorabends.



# (Werbe-)Fernse

Vom ersten Werbefilm bis zum schnellsten TV-Werbespot: Das Vorabendprogramm ist seit rund einem halben Jahrhundert auf Sendung.

Zur Tour de France 2008 hat Das Erste ein neues Kapitel der Werbefernsehgeschichte geschrieben: Den „schnellsten Werbespot der Welt“ gab es täglich unmittelbar vor der 20.00 Uhr-„Tagesschau“. Möglich wurde die Realisierung dieses außergewöhnlichen Werbespots dank schneller Werbefilmer und der Werbearbeitung der wdr mediagroup digital. Hier, wo die Werbeblöcke für Das Erste am Vorabend technisch zusammengestellt werden, kam per Satellit allabendlich der aktuelle Spot des Werbekunden „Gerolsteiner“ an, der auch als Sponsor eines Radrennteams auftritt. Nur drei Stunden nach der Zielankunft bei der Tour gingen die zwanzigsekündigen Werbefilme auf Sendung – mit tagesaktuellen Bildern von der jeweiligen Tour-Etappe. Wie alle anderen Spots wurden sie juristisch geprüft, bevor sie auf Sendung gingen.

## Großes Programm

Knapp 50 Jahre zuvor, am 1. April 1959, hatte die ARD in Nordrhein-Westfalen erstmals ein Fernsehprogramm ausgestrahlt, das von Werbeblöcken flankiert war. Schon früh zeigte die Industrie großes Interesse, ihre Produkte in dem neuen Medium Fernsehen zu präsentieren: Im ersten deutschen Werbespot, der im Bayerischen Rundfunk bereits 1956 zu sehen war, warben die Volksschauspieler Beppo Brem und Liesl Karlstadt für das Waschmittel der Marke „Persil“. Auch damals war genau geregelt, wie viele Werbeminuten pro Tag gezeigt werden durften. Am ersten Ausstrahlungstag gehörte zum „Intermezzo“, wie das Vorabendprogramm der „Westdeutsches Werbefernsehen GmbH“ (wvf) hieß, das halbstündige Fernsehspiel „Der vierte Mann“ mit zwei Werbeblöcken unmittelbar vor der „Tagesschau“. Sechs Minuten Werbung waren damals pro Tag er-

laubt. Heute sind es im öffentlich-rechtlichen Fernsehprogramm bis zu zwanzig Minuten.

## Große Innovationen

In der Chronik des Vorabendprogramms sind die wichtigsten Innovationen und Trends der Fernsehgeschichte wiederzufinden. Im August 1967 wurde zum ersten Mal ein Werbespot in Farbe gesendet. Und „Adrian, der Tulpendieb“, eine für die WWF produzierte Reihe, war als erste deutsche Serie komplett in Farbe zu sehen.

Viele internationale Produktionen feierten am Vorabend ihre Deutschlandpremiere. Zum Straßenfeger wurde die französische Kriminalserie „Belphegor“ mit Juliette Gréco (1967). Die amerikanische Produktion „Lieber Onkel Bill“, eine frühe Sitcom, schlug 1969 mit 63 Prozent Sehbeteiligung alle Rekorde. Ebenfalls am Vorabend zu sehen: „Remington Steele“ (USA, 1985) mit dem später als James Bond zu Weltruhm gelangten Pierce Brosnan.

Auch die Familienunterhaltung hat schon immer ihren festen Platz am Vorabend gehabt. Das Erste zeigte „Familie Feuerstein“ (1969), „Heidi“ (1979) und „Meister Eder und sein Pumuckl“ (1984), die auch heute noch viele Zuschauer in lebhafter Erinnerung haben. Lieb gewonnene Begleiter durch das Vorabendprogramm waren auch die im Auftrag der wvf entwickelten Zeichentrickfiguren. Allen voran sind hier „Ute, Schnute, Kasimir“ (1979 – 1990) zu nennen, die erfunden wurden vom



**WANDELBAR:** „Der Fahnder“ (Klaus Wennemann, hier mit Dieter Pfaff, l.) ermittelt seit 1985.



**STARGAST:** In Folge 3223 von „Verbotene Liebe“ heirateten Tanja von Anstetten und Ansgar von Lahnstein (Miriam Lahnstein und Wolfram Grandezka, r.). Sie vertrauten auf die Hilfe eines Hochzeitsplaners: Comedian Bernhard Hoëcker (links), eingefleischter Fan der Daily Soap, übernahm die Rolle gerne.



**KRIMI-KLASSIKER:** „Die seltsamen Methoden des F.J. Wanninger“, u. a. mit Beppo Brem, wurde von 1965 bis 1971 produziert.

(Foto: wdr mediagroup).

Vater der „Mainzelmännchen“ Wolf Gerlach.

## Große Namen

Die Geschichte des Vorabendprogramms ist auch eine Geschichte des ständigen Wandels. Dass die Programme den jeweils aktuellen Sehgewohnheiten entsprechen, das ist heute die Aufgabe der ARD Gemeinschaftsredaktion Vorabend, der auch die Redaktions-

leiterin der wdr mediagroup, Elke Kimmlinger, angehört. Darüber hinaus betreut die Programmabteilung der wdr mediagroup manche Serien selbst redaktionell und tritt als Koproduzent auf. Bereits 1961 wurde die erste Episode der wvf-Krimiserie „Funktstreife Isar 12“ mit Wilmut Borell und Karl Tischlinger ausgestrahlt.

Produziert wurde sie von der damaligen Bavaria Atelier GmbH (siehe Seite 20). Damit begründete die wvf auch ihre Krimi-Tradition, die unter anderem mit den „Seltsamen Methoden des Franz Josef Wanninger“ (1965 – 1982) oder dem „Fahnder“ (1985 – 2001) fortgeführt wurde.

## DIE WDR MEDIAGROUP-CHRONIK

### 1980

- Premiere für die Live-Sendung „wvf-Club“ mit Mareike Amado, Jürgen von der Lippe und Frank Laufenberg.
- Start der Kult-Serie „Auf Achse“ mit Manfred Krug.

### 1983

- Produktionsstart für die Serie „Büro, Büro“.

### 1985

- „Der Fahnder“ löst seinen ersten Fall. Die Hauptrolle übernimmt zunächst Klaus Wennemann. Ihm folgen Jörg Schüttauf, Michael Lesch und Martin Lindow.

### 1986



- Das „Großstadtrevier“ nimmt seinen Dienst auf. Heute wird es geleitet von Jan Fedder.

### 1987

- Start der Radiowerbung: WDR 2 und WDR 4 senden am 2. November die ersten Werbespots.

• Die wvf übernimmt die Vermarktung der wdr-Wellen und heißt nun Westdeutsche Rundfunkwerbung GmbH.



- Start der Serie „Praxis Bülowbogen“, u. a. mit Günter Pfitzmann.

### 1990

- Produktionsstart für die Serie „Knastmusik“, u. a. mit Diether Krebs.

### 1992

- Premiere für die Daily Soap „Marienhof“.

**WWF**  
Mehr Service. Mehr Ideen.

### 1993

- Vollharmonisierung des Vorabendprogrammes im Ersten.

- Achim Rohnke wird alleiniger Geschäftsführer der wvf GmbH.



### 1995

- Daily Soap „Verbotene Liebe“ startet.

en – seit 1959 auf Sendung

# ehgeschichte(n)



**Skuril:** „Büro, Büro“ (1983 – 1992, u.a. mit Gert Burkard, r.) handelt vom Alltag in der Lurzer KG, einer Firma für Trimmgeräte (Foto: WDR Archiv)

**LEGENDÄR:** In 400 Folgen war der „WWF Club“, u.a. mit Frank Laufenberg, Mareike Amado, Jürgen Triebel, (v.l.) und Jürgen von der Lippe von 1980 bis 1990 zu sehen. (Foto: WDR Archiv)



**SPORTLICH:** Die Fans von „Gegen den Wind“ (1995 – 1997) pilgerten nach St. Peter-Ording, wo die Serie mit Ralf Bauer (re.) und Hardy Krüger jr. (li.) Gedreht wurde. (Foto: WDR Archiv)

## Große Talente

Für den Vorabend entstanden Serien mit hochkarätiger Besetzung, wie „Büro, Büro“ (1983 – 1992), in der unter anderem Uwe Ochsenknecht, Veronica Ferres und Iris Berben mitspielten. Viele Schauspieler wurden hier erstmals einem

größeren Publikum bekannt. Darunter findet sich Dieter Pfaff, der als Polizist Otto Schatzschneider zum Hauptcast von „Der Fahnder“ zählte. Auch Ralf Bauer und Hardy Krüger jr. („Gegen den Wind“ 1995 – 1997), Katharina Wackernagel („Tanja“, 1996 – 1999) oder – durch eine Gastrolle – Robert Stadlober

(„Verdammt, verliebt“, 2001 – 2002) sind Teil der Vorabend-Geschichte. Als in den 80er Jahren mit Gründung der Privatsender größerer Konkurrenzdruck für den ARD-Vorabend aufkam, entwickelte der damalige wwf-Programschef, Hans-Joachim Hüttenrauch, die Programmphilosophie des Vorabends weiter. Geradezu legendär ist der Ruf des „wff-Club“. In dieser wöchentlichen Unterhaltungssendung legten unter anderem die Moderatoren Mareike Amado, Jürgen von der Lippe und Frank Laufenberg die Basis ihrer Fernsehkarriere. Einen hohen Stellenwert hatte damals schon die Talentförderung. Im „Sprungbrett-Theater“ von WWF und WDR traten in den 80er Jahren unter anderem Hape Kerkeling und Ingolf Lück auf.

## Große Qualität

Immer wieder durch Auszeichnungen bestätigt wurde die Qualität des Vorabends: 1970 erhielt

ten gleich zwei Serien den Bambi („Die seltsamen Methoden des F.J. Wanninger“ und „Lieber Onkel Bill“). „Verbotene Liebe“ wurde 2005 mit der „Rose d’Or“ als „beste Soap“ ausgezeichnet. Die u.a. mit dem Grimme-Preis 2007 geehrte Serie „Türkisch für Anfänger“ ist diesen Herbst wieder im Ersten zu sehen: Am 19. November startet die dritte Staffel um die deutsch-türkische Patchworkfamilie Schneider-Öztürk. Zu sehen ist „Türkisch für Anfänger“ – wie auch alle anderen Sendungen am Vorabend – bundesweit zur gleichen Sendezeit (18.50 Uhr). Die Vereinheitlichung des Programms begann Mitte der 90er Jahre. Bis dahin flimmerte ein je nach ARD-Sendeanstalt regional unterschiedliches Programm über die Bildschirme.

## Und in Zukunft

Auch heute, da die WDR mediagroup zentral von Köln aus alle Sendungen und Werbeblöcke für das bundesweit einheitliche Programm technisch für die Ausstrahlung vorbereitet, bleibt regionale TV-Werbung ein wichtiges Thema. Werbekunden haben die Möglichkeit, ihre Werbespots, die sich gezielt an ein Publikum in nur einer Region richten, im nationalen Programmumfeld zu platzieren. Die WDR mediagroup konnte bei der regionalen Vermarktung der Fernsehwerbung in „Das Erste im Westen“ 2007 deutlich zulegen: 45 Prozent Umsatzsteigerung wurden verbucht. Insgesamt können sich die Werbezeitenvermarkter im zurückliegenden Jahr über eine 100-prozentige Auslastung der nationalen TV-Werbezeiten freuen. Dass auch in Zukunft ein attraktives Programm für Zuschauer und Werbekunden angeboten wird, daran arbeitet die WDR mediagroup in ihrem Jubiläumsjahr: Seit Ende August sind 80 neue Folgen der Serie „Wissen vor 8“ mit Ranga Yogeshwar zu sehen. Und für Anfang 2009 ist der Start einer neuen, fiktionalen Serie geplant. [gaby.rath@wdr-mediagroup.com](mailto:gaby.rath@wdr-mediagroup.com)

## WIEDERSEHEN AUF DVD



Foto: Sony BMG

Auf Vermittlung der WDR mediagroup licensing erscheinen beliebte ARD-Serien auch auf DVD. Unter anderem im „Maus & Co.“-Laden in der Kölner Innenstadt und unter [www.wdrshop.de](http://www.wdrshop.de) sind erhältlich:

- „Die Fussbroichs“ (Fees Entertainment)
  - „Bloch“ (Studio Hamburg)
  - „Büro, Büro“, (Studio Hamburg)
  - „Der Fahnder“ (Universal Pictures)
  - „Detektivbüro Roth“ (Studio Hamburg)
  - „Die Strandclique“ (pixis medien)
  - „Familie Heinz Becker“ (Universal Pictures)
  - „Forstinspektor Buchholz“ (Studio Hamburg)
  - „Gegen den Wind“ (BMG Entertainment)
  - „Knastmusik“ (Studio Hamburg)
  - „Vera Wesskamp“ (Studio Hamburg)
  - „Wilder Westen inklusive“ (More and products)
- [andrea.hasbach@wdr-mediagroup.com](mailto:andrea.hasbach@wdr-mediagroup.com)

## Hape Kerkeling über den Start seiner Karriere beim Westdeutschen Werbefernsehen

„Zusammen mit meinem Kumpel Achim Hagemann hatte ich mich aber parallel beim WWF-Sprungbrett-Theater beworben. Wir zwei hatten eine musikalische Sketch-Revue entwickelt und die sollte es nun auf die Bretter des Kölner Theaters schaffen. Das Westdeutsche Werbefernsehen will Talente im hauseigenen Theater fördern und gegebenenfalls auch auf den Sender bringen. (...) Den ersten kleinen Lacher erzielte ich, als ich verzweifelt versuche, das Mikrofon aus dem Mikrostand zu reißen. (...) Wie wild ziehe ich an dem Teil, bis es sich plötzlich ruckartig löst und mir gegen die Zähne donnert. Es splittert. Leider nicht das Mikro, sondern mein rechter Schneidezahn, der im hohen Bogen in die johlende Menge fliegt.“ Zitat aus *Hape Kerkeling: Ich bin dann mal weg. Meine Reise auf dem Jakobsweg.* © 2006 Piper Verlag GmbH, München



- 1996**
  - Erwerb der Merchandising-Rechte an der „Maus“ und Start der Lizenzvermarktung bei der wwf.
  - Premiere für „Tanja“ mit Katharina Wackernagel
- 1998**
  - Gründung der wwf Medien + Service GmbH und der ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH.
- 1999**
  - Der „Maus & Co.“-Laden in den Kölner WDR Arkaden wird eröffnet.
- 2000**
  - Gründung der wwf Wort + Ton GmbH (mit dem Online-Bereich e-media), wwf Lizenzhaus Köln GmbH

- und Shopkonzept GmbH.
- 2001**
  - Die wwf GmbH wird mit ihren Tochtergesellschaften unter dem Dach der „wff Gruppe“ zusammengefasst.
- WWF GRUPPE**
  - „Das Quiz mit Jörg Pilawa“ geht auf Sendung.
- 2002**
  - „Berlin, Berlin“ feiert Premiere.
- 2003**
  - WDR und wwf verleihen erstmals den „Deutschen Hörbuchpreis“.
  - Der Bereich e-media der Wort + Ton GmbH wird zur wwf E-Media GmbH.

## WDR mediagroup

- 2004**
  - Neue Unternehmensdachmarke: Aus der wwf wird die „WDR mediagroup“ mit den Geschäftsfeldern marketing und program sowie den Tochtergesellschaften WDR mediagroup dialog GmbH (wff Medien + Service GmbH), WDR mediagroup licensing GmbH (wff Lizenzhaus Köln GmbH), WDR mediagroup audio GmbH (wff Wort + Ton GmbH) sowie WDR mediagroup webservice

- GmbH (wff E-Media GmbH).
  - [www.wdrshop.de](http://www.wdrshop.de) wird von der WDR mediagroup licensing übernommen.
  - 2005**
    - Die Tochtergesellschaften „licensing“ und „audio“ werden zur neuen WDR mediagroup licensing GmbH zusammengefasst.
    - In Luzern gibt es die „Rose d’Or“ für „Verbotene Liebe“.
    - Die WDR mediagroup wird im Rahmen des Unternehmenswettbewerbs „Erfolgsfaktor Familie“ als eines der familienfreundlichsten Unternehmen Deutschlands ausgezeichnet.
- Fortsetzung auf Seite 20

# 50 Jahre für den WDR



Fortsetzung von Seite 17

Heute stehen die Marken „made by WDR“ u. a. für hochwertige Hörbuchproduktionen, während „WDR: The Cologne Broadcasts“ auch international klassische Musik aus den WDR Archiven in hoher Klangqualität auf den Markt bringt. Erweitert wird die Reihe neuerdings auch um Jazzproduktionen des WDR. Federführend bei diesen Projekten zeichnet die WDR mediagroup licensing (Geschäftsführerin: Alexa Gref), die 2007 ihr bislang erfolgreichstes Geschäftsjahr absolviert hat – nicht zuletzt Dank der WM-Dokumentation „Deutschland. Ein Sommermärchen“.

## Näher dran

„Für den WDR bewegen wir uns auf mehreren ganz unterschiedlichen Märkten. Unsere Kunden sind Werbungtreibende, WDR-Redaktionen, Hörbuchfans oder die Anrufer an der WDR 2-Hotline. Und jeder von ihnen kann sich darauf verlassen, dass er es mit Fachleuten zu tun bekommt“, betont Michael Loeb: „Wie im WDR gilt auch bei der WDR mediagroup: Nur, wer sich ständig neu erfindet und ein offenes Ohr hat für die Bedürfnisse der Kunden, dem gelingt es, über einen längeren Zeitraum wettbewerbsfähig zu sein.“ Einen neuen Weg geht die WDR mediagroup mit so genannten crossmedialen Paketen, die eine Kombination von klassischer Hörfunkwerbung und Online-Werbung ermöglichen. Möglich ist dies zum Beispiel in der Zusammenarbeit von WDR mediagroup und WAZ New Media GmbH & Co. KG, der Multimedia-Tochter der WAZ, auf dem Portal „DerWesten“.

Auch die Tochterunternehmen sind eng mit dem Sender verbunden. Der Onlinebereich der neuen WDR mediagroup digital GmbH (Geschäftsführerin: Friederike Behrends) hat die Grundlagen für den einheitlichen Auftritt aller WDR Fernsehprogramme im Internet mitentwickelt. Für das viel beachtete Projekt WDR Mediathek regional, das die WDR mediagroup digital für den WDR mit erstellt hat, gab es 2008 den Grimme Online Award. Der weitere Bereich Audio & Videotechnik als der zentrale Technikdienstleister ist unter anderem für die zentrale Vorbereitung des Vorabendprogramms im Ersten zuständig. (siehe Seite 18). Die WDR mediagroup dialog (Geschäftsführerin: Christiane Podang)

**DAUERBRENNER:** „Das Quiz mit Jörg Pilawa“ ist seit über sieben Jahren ein Quotengarant.

(Foto: ARD/Thorsten Jander)

**INTERNATIONAL BEGEHRT:** Historische und neue Aufnahmen der WDR Klangkörper erscheinen mit dem Label „WDR: The Cologne Broadcasts“, unter anderem mit dem WDR Rundfunk-sinfonieorchester unter der Leitung von Erich Kleiber

(Foto: WDR Archiv)



**PROGRAMMERLEBNIS:** der 1LIVE Doppeldecker

(Foto: WDR mediagroup)

**HERZENSANGELEGENHEIT:** Im „Marienhof“ (seit 1992) gab es bereits 20 Hochzeiten, gerade haben sich Toni (Sandra Koltai, l.) und David (Christian Volkmann) getraut.

(Foto: ARD/Arvid Uhlig)



**GROSSE BÜHNE FÜR WDR 2:** Der Sender war im Mai in Hückeswagen zu Gast. (Foto: WDR/ Brill)



**AUSGEZEICHNET:** die WDR Mediathek regional (Foto: WDR)



**KOMPAKT:** Ranga Yogeshwar erklärt mit „Wissen vor 8“ (seit 2008) die Welt in 145 Sekunden. (Foto: ARD/Uwe Stratmann)

steht für die enge Verbindung zwischen Sendern und Publikum: Für 1LIVE, WDR 2 sowie etliche weitere Redaktionen und Abteilungen des WDR laufen hier die Fäden zusammen, wenn es um „Hörerbindungsmaßnahmen“ geht. Dazu gehören das WDR4 Hörertelefon, WDR2 Hauspartys, der WDR Treff, Sponsoringpartner für die 1LIVE Krone und vieles mehr, das mit den Programmverantwortlichen der Sender geplant wird. Näher als zum Beispiel die Call-Center-Mitarbeiter der WDR mediagroup dialog, die zum Teil mit den Senderredakteuren bei 1LIVE und WDR 2 im Funkhaus arbeiten, geht es kaum. Die „Familie“ spielt auch jenseits der

Verbindung zum WDR eine wichtige Rolle: 2005 wurde die WDR mediagroup vom Bundesfamilienministerium als eines der familienfreundlichsten Unternehmen Deutschlands ausgezeichnet. Als bundesweit erstes Medienunternehmen erhielt sie das Audit „Beruf und Familie“ der Hertie-Stiftung und hat sich dazu verpflichtet, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie weiter zu verbessern.

## Langfristig

Tradition und Trend gehen bei der WDR mediagroup Hand in Hand. Kontrolliert wird die WDR-Tochter seit ihrer Gründung von ihrem Aufsichtsrat, dem unter anderem der WDR-Rundfunkratsvorsitzende und

der WDR-Verwaltungsratsvorsitzende angehören. Mit eigenen Unternehmensbeteiligungen hat die WDR mediagroup schon früh Grundlagen für den langfristigen Erfolg gelegt, auch neben dem Kerngeschäft der Werbezeitenvermarktung. Bereits 1959 erfolgte die Mehrheitsbeteiligung an der Bavaria Atelier GmbH (heute Bavaria Film) in München und der Degeto Film GmbH in Frankfurt. Die ARD-Werbung SALES & SERVICES (AS&S) wurde 1998 unter Beteiligung aller ARD-Werbegesellschaften ins Le-

ben gerufen: Sie hat die Aufgabe, die regionale Werbezeitenvermarktung zu bündeln, ist heute der führende bimediale Vermarkter von nationaler TV- und Radiowerbung – mit eigener Tochtergesellschaft, der AS&S Radio GmbH. Im Hörbuchmarkt verfügt die WDR mediagroup über ein Standbein durch ihre Beteiligung an „Der > Audio < Verlag (D>A<V)“ und tritt seit 2007 auch als Teilhaber der Colonia Media Filmproduktion GmbH auf (u.a. „TAT-ORT“, „Die Buddenbrooks“). [gaby.rath@wdr-mediagroup.com](mailto:gaby.rath@wdr-mediagroup.com)



Reinhard Grätz ist seit 1986 Vorsitzender des Aufsichtsrats.

## WDR MEDIAGROUP-CHRONIK

### 2006

- Sönke Wortmann dreht „Deutschland. Ein Sommermärchen“. Die Coproduktion von WDR mediagroup und WDR wird zum erfolgreichsten deutschen Dokumentarfilm.
- Die WDR mediagroup licensing übernimmt die



exklusive Verwertung aller TV- und Hörfunkprogramme des WDR.

### 2007

- Die Vorabend-Serie „Türkisch für Anfänger“ gewinnt den Grimme-Preis.
- Das Call-Center der WDR mediagroup dialog GmbH erhält durch die TÜV

Rheinland Consulting GmbH das TQE (Total Quality Excellence) Zertifikat auf dem höchsten Drei-Sterne Niveau.

### 2008

- Die WDR mediagroup digital wird gegründet (aus der bisherigen Tochter „webservice“ mit Integration der Abteilung Audio- und Videotechnik)
- Die WDR mediagroup digital und der WDR werden für die WDR Medi-

athek regional mit dem Grimme Online Award ausgezeichnet.

- Zum zehnjährigen Jubiläum zählt die WDR mediagroup dialog sechs Mio. Telefonkontakte, zehn Mio. Besucher bei Veranstaltungen und über 250 Mio. Pressekontakte.



• Michael Loeb wird Geschäftsführer der WDR mediagroup GmbH.

(Die TV-Serien umfassen Produktionen, an denen die WDR mediagroup direkt redaktionell und über die ARD Gemeinschaftsredaktion Vorabend beteiligt ist.)