



WIR WISSEN,
WIE'S GEHT.

WDR¹/media
group

WDR mediagroup GmbH
Ludwigstraße 11 50667 Köln
Telefon +49 (0)221 2035 - 127

www.wdr-mediagroup.com

WDR¹/media
group

Die WDR mediagroup
präsentiert ihre
Mediendiensteleistungen 2014

WDR¹/media
group

2014

INHALT

WDR mediagroup Holding AUF DEM WEG IN DIE ZUKUNFT	4
WDR mediagroup Salesmarketing SOLIDES KERNGESCHÄFT	6
WDR mediagroup Interactive Marketing HOCHWERTIGE VIDEOINHALTE BÜNDELN	8
WDR mediagroup Programm-Marketing GELUNGENE RADIO-VERMARKTUNG	9
WDR mediagroup Programm BELIEBTE STOFFE FÜR DEN VORABEND	10
WDR mediagroup Programmverwertung ERFOLGREICHE MARKEN – NATIONAL UND INTERNATIONAL	12
WDR mediagroup Neue Medien CONTENT-STRATEGIEN VON MORGEN	13
RC Release Company HAUSEIGENES VERTRIEBS-LABEL	14
WDR mediagroup digital VIELFÄLTIGER DIENSTLEISTER IN DER DIGITALEN WELT	16
WDR mediagroup dialog SERVICES ZUR HÖRERBINDUNG	18
ARD Kabelkoordination Ausland GANZ EUROPA AUS EINER HAND	19
WDR mediagroup Organigramm KLARE STRUKTUREN	20
WDR mediagroup Beteiligungen VIELFÄLTIG AUFGESTELLT	21
Aufsichtsrat der WDR mediagroup SORGFÄLTIGE KONTROLLE	23

WEITER AUF ERFOLGSKURS

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

auf ihrem Weg zum Dienstleister rund um Inhalte ist die WDR mediagroup im vergangenen Jahr ein gutes Stück vorangekommen. War 2013 das Jahr der Vorbereitungen und Weichenstellungen, sollte 2014 das Jahr der Entscheidungen werden – das ist uns gelungen. Dazu hat zunächst erneut unser erfolgreiches Kerngeschäft beigetragen: die Werbezeitenvermarktung für unser WDR-Mutterhaus. Hier konnten wir das Vorjahresniveau mit einem deutlichen Plus übertreffen. Unter den ARD-Werbe-gesellschaften war die WDR mediagroup auch 2014 wieder Spitzenreiter.

Daneben haben wir unsere Content-Strategie zur 360-Grad-Verwertung von Inhalten auf allen Platt-formen konsequent weiterverfolgt. Während sich der Medienkonsum vor allem bei den jüngeren Zielgruppen weiter massiv verändert und das Wettbewerbsumfeld mit Netflix, Google und Amazon immer globaler wird, hat die WDR mediagroup über das gesamte Unternehmen hinweg Maßnahmen und Strukturen gestrafft und verbunden, um Inhalte über die gesamte digitale Wertschöpfungskette hinweg von der Verbreitung bis zum Vertrieb aus einer Hand zu veredeln und anzubieten.

So ist das technische und digitale Handling von Inhalten für den WDR und für Dritte aufgesetzt und wird in 2015 mit exklusiven Angeboten am Markt platziert. Auch haben wir zum Beispiel mit „Drinnen-und-draussen.de“ und in diesem Jahr mit „ratundtat.de“ eigene Video-on-Demand-Portale erfolgreich an den Start gebracht und erste Schritte in der Onlinevermarktung gemacht. Mit der Neuaufstellung des Bereichs Programmverwertung gestalten wir die Inhaltevermarktung mit vernetzten Strategien und stellen so die Auffindbarkeit von Inhalten via DVD, Apps und VoD-Plattformen sicher. Auch forcieren wir unsere internationalen Tätigkeiten zum Beispiel über Ko-Produktionen und eine Vertriebsoffensive insbesondere für Kinderprogramme. Mit unserem neuen, hauseigenen Vertriebslabel, der RC Release Company, betreten wir zudem den hoch attraktiven Markt der Verwertung im SVoD- und DVD/Blu-ray-Bereich.

Insgesamt haben wir als Tochterunternehmen des WDR unsere Positionierung noch mehr auf die Strategie unseres Mutterhauses geschärft und zahlen noch effizienter auf unsere Vision ein, die begehrten WDR-Inhalte für die Nutzer überall und jederzeit erlebbar zu machen. Dabei wollen wir zuverlässiger Dienstleister für den WDR bleiben: ob beim neu übernommenen IT-Support, bei der Herstellung barrierefreier Angebote, der Planung und Durchführung von Programm-Aktionen und Events, der Sicherung und Verbreitung hochwertiger Inhalte, der Entwicklung von Webseiten und Apps oder Ähnlichem.

Für die anstehenden Herausforderungen sehe ich unser Unternehmen gut gerüstet. Wenn es uns gelingt, die WDR mediagroup auch im kommenden Jahr weiterzuentwickeln, können wir vor allem eins: auch in Zukunft auf Erfolgskurs bleiben.

Herzliche Grüße

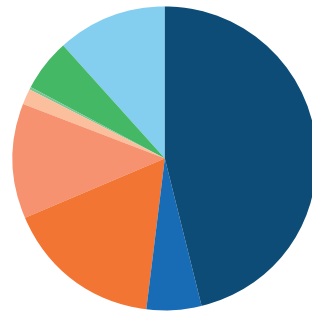

Ihr Michael Loeb



Michael Loeb
Geschäftsführer der
WDR mediagroup

AUF DEM WEG IN DIE ZUKUNFT

Brutto-Werbeumsätze in den Medien –
Werbetrend 2014



Gesamt: 28,212 Mrd. Euro = 100 %

Fernsehen	46,3 %
Radio	5,8 %
Zeitungen	16,6 %
Publikumszeitschriften	12,4 %
Fachzeitschriften	1,4 %
Kino	0,4 %
Out of Home	5,5 %
Online	11,5 %

Quelle: © 2015 Nielsen Media Research GmbH

Werbemarkt: spürbares Wachstum in den Schlüsselbereichen

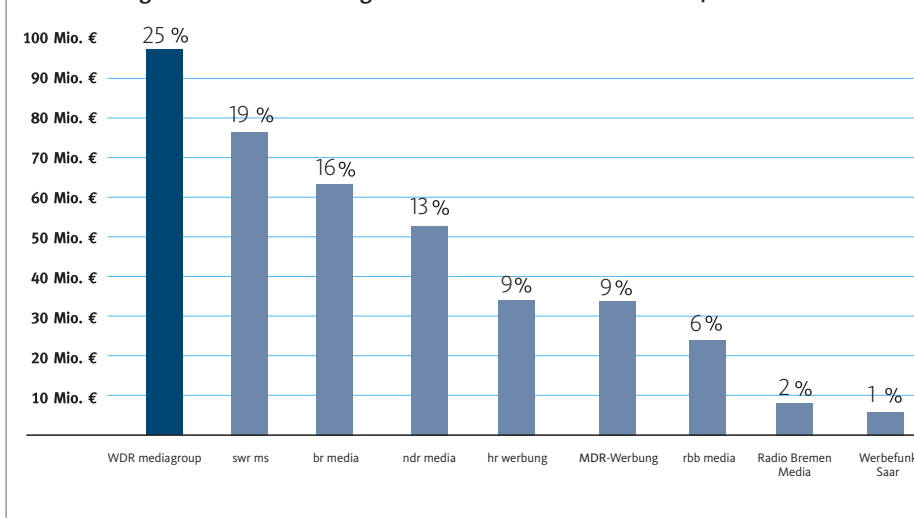
2014 hat sich die gesamtwirtschaftliche Leistung der deutschen Volkswirtschaft relativ kräftig um 1,5 Prozent (preisbereinigtes BIP) erhöht und ist damit deutlich stärker gewachsen als in den beiden Vorjahren. Die Basis hierfür wurde auf der Nachfrageseite gelegt – mit einem Plus von 1,1 Prozent durch den Anstieg der privaten Konsumausgaben. In Verbindung damit konnte auch der Werbemarkt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 4,1 Prozent auf 28,2 Milliarden Euro zulegen.

Ein kräftiges Plus von acht Prozent verzeichnete vor allem das Fernsehen: Mit 13,1 Milliarden Euro Brutto-Umsatz ist es mit Abstand noch immer das umsatzstärkste Medium. Vor allem die Fußball-WM in Brasilien versetzte der TV-Werbung einen deutlichen Schub. Das Wachstum der Online-Werbung zeigte sich mit 3,7 Prozent und 3,2 Milliarden Euro Brutto-Umsatz stabil auf Vorjahresniveau. Spürbar nachgelassen hat das Wachstum der Radioangebote. Es erreichte nur 2,2 Prozent und einen Brutto-Umsatz von 1,6 Milliarden Euro.

ARD-Werbegesellschaften: WDR mediagroup erneut Spitzenreiter

Die WDR mediagroup behielt auch 2014 ihre Spitzenposition innerhalb der ARD-Werbegesellschaften und verfestigte damit den Trend der letzten Jahre. Der Vergleich der Umsatzerlöse von Radio und TV gesamt zeigt: Mit 25 Prozent entfielen die meisten Netto-Umsatzerlöse auf die WDR mediagroup. Mit ihrer Kompetenz in der Werbezeitenvermarktung trug sie damit erneut maßgeblich zum Erfolg der ARD-Werbung bei.

ARD-Werbegesellschaften im Vergleich – Netto-Umsatzerlöse 2014



Digitale Wertschöpfungskette: Verschmelzung von Technik und Inhalt

Wesentliches Ziel der WDR mediagroup ist der Umbau vom klassischen Werbezeitenvermarkter hin zum digitalen Inhalte- und Mediendienstleister. Das Unternehmen bildet mittlerweile die komplette digitale Wertschöpfungskette ab. In 2014 wurde darüber hinaus eine neue Projektstruktur unter externer Projektleitung eingeführt.

Ziel ist es, Inhalte von der Verbreitung bis zum Vertrieb übergreifend aus einer Hand anzubieten. Dafür wurden sowohl die technischen Voraussetzungen als auch die Strukturen geschaffen.



Programmverwertung: stärkerer internationaler Fokus

Mit der Schaffung der neuen Position Bereichsleitung Content innerhalb der Programmverwertung hat die WDR mediagroup den Grundstein dafür gelegt, den Inhaltevertrieb ihrer Programme zu intensivieren und neue, vor allem internationale Marken zu akquirieren. Hier wird die zentrale Steuerung der kommerziellen Verwertung bestehender Inhalte aus TV und Hörfunk – ob über Pay-TV, Ausschnittsrechte, Video-on-Demand, als DVD oder Blu-ray – gebündelt. Darüber hinaus liegt hier der Aufbau des internationalen Senderechtsvertriebs und internationaler Koproduktionen, vor allem im Bereich von Kinderprogrammen: Mit der Koproduktion „Bobo Siebenschläfer“ geht die WDR mediagroup erste Schritte in diese Richtung – sie verfügt weltweit mit nur wenigen Ausnahmen umfassend über alle Rechte.

WDR mediagroup digital: IT-Support für den WDR – neue Doppelspitze

Mit der Übernahme des IT-Servicedesk und damit der zentralen IT-Hotline für den WDR zum Jahresbeginn 2014 hatte die WDR mediagroup digital einen weiteren Großauftrag mit einhergehendem Arbeitsplatzaufbau zu bewältigen. Der zunehmend breiteren Aufstellung des Unternehmens wurde ab 1. Januar 2015 mit einem zweiten Geschäftsführer Rechnung getragen: Joachim Bellinghoven bildet nun gemeinsam mit dem bisherigen Geschäftsführer Markus Kreisel die neue Doppelspitze. Als erfahrener IT-Experte leitet Bellinghoven die IT-Services der WDR mediagroup digital und entwickelt neue Dienstleistungen mit. Markus Kreisel steuert vor allem die Broadcast Services, barrierefreien Medien und Archivdienstleistungen.

Trotz des Erfolgs der WDR mediagroup digital muss sie am Standort Ossendorf aufgrund rückläufiger Aufträge in den nächsten drei Jahren 13 Arbeitsplätze abbauen. Um den Abbau sozial abzufedern, wird ein mit dem Betriebsrat und ver.di ausgehandelter Sozialplan zum Tragen kommen.

Räumliche Veränderungen: Umbau des Firmensitzes begonnen

Die Weiterentwicklung der WDR mediagroup zu einem digitalen Mediendienstleister hat auch räumliche Konsequenzen. Das Stammhaus in der Ludwigstraße 11 in der Kölner Innenstadt wurde für eine zweijährige Umbauphase geräumt; die Audio- und Videotechnik der WDR mediagroup ist vollständig in die Ludwigstraße 6 umgezogen. In enger Abstimmung mit dem WDR soll in der Ludwigstraße 11 das neue WDR-Rechenzentrum entstehen, das die WDR mediagroup digital aufbauen und betreiben wird.

Geschäftsleitung der WDR mediagroup



Michael Loeb



Anke Fischer-Appelt



Frank Nielebock



Barbara Wiewer



Andrea Zuska

SOLIDES KERNGESCHÄFT



Werbezeitenvermarktung: erneut Erwartungen übertroffen

In ihrem Kerngeschäft, der Werbezeitenvermarktung, konnte die WDR mediagroup mit 93,2 Millionen Euro Umsatz ihre ambitionierten Erwartungen aufs Neue übertreffen. Im Vergleich zum Vorjahr machte sie ein Plus von sechs Prozent. Insbesondere die Marketing-bemühungen rund um den Relaunch von WDR 4 haben sich mit einem Umsatzplus von 42 Prozent ausgezahlt. Auch die umsatzstarke Welle 1LIVE konnte um fünf Prozent zulegen. WDR 2 blieb indes nahezu auf Vorjahresniveau. Aufgrund der FIFA-Fußballweltmeisterschaft hat vor allem die nationale TV-Vermarktung um 12 Prozent zugelegt. Damit konnte der Umsatzrückrückgang im TV-Sponsoring (-10 Prozent) überkompensiert werden. Das gesamte TV-Portfolio schloss mit einem Plus von sechs Prozent ab.

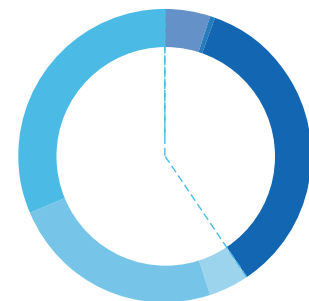
Hörfunk-Werbezeiten: Fokus auf Programmqualität

Bei der Radio-Werbezeitenvermarktung setzte die WDR mediagroup weiterhin auf einen bunten Maßnahmenmix. Die Botschaft: „Wir vermarkten das relevante Qualitätsangebot der WDR-Hörfunkwellen.“ Beispielhaft dafür stehen zwei vernetzte Direktmarketing-Aktionen, um zum einen neue Kunden für das Radioportfolio zu gewinnen sowie zum anderen die wichtigsten Bestandskunden zu sichern.

Das Kooperationsmanagement konnte einen starken und immer wichtiger werdenden Beitrag zur Entlastung der Programm- und Veranstaltungsbudgets des WDR leisten. Dabei bewährte sich einmal mehr die enge Zusammenarbeit mit Senderverantwortlichen, Programm-Marketing und Werbezeitenvertrieb. Insgesamt wurden Sach- und Barleistungen in Höhe von über 630.000 Euro zu Programm-Aktionen wie „1LIVE Lovetrain“, „WDR 2 für eine Stadt“ und „WDR 4 Firmenduell“ sowie zu Großveranstaltungen wie der 1LIVE Krone, den WDR 2 Hauspartys oder dem Deutschen Hörbuchpreis beigetragen.

Geglückter Einstieg in die Bewegtbild-Vermarktung

Zum Start von „Drinne-und-draussen.de“, dem ersten Video-on-Demand-Themenportal der WDR mediagroup, konnten wichtige Referenzkunden gewonnen und sämtliche Verfügbarkeiten vermarktet werden. Damit hat das Salesmarketing dazu beigetragen, dass der Einstieg in die strategisch wichtige Onlinevermarktung im Rahmen der Qualitätsvermarktung problemlos gelungen ist. Kunden und Agenturpartner konnten gleichermaßen medienübergreifend beraten werden. Um ein nationales Netzwerk im Werbemarkt bei den relevanten Kunden und Partnern aufzubauen, wurde die Plattformvermarktung bereits vor dem Start des Portals begonnen.



Gesamt: 93,2 Mio. Euro

Radio gesamt: 55,463 Mio. Euro

■ 1LIVE (29,286 Mio. Euro)
■ WDR 2 (22,153 Mio. Euro)
■ WDR 4 (4,024 Mio. Euro)

TV gesamt: 37,769 Mio. Euro

■ TV National (32,657 Mio. Euro)
■ TV Regional (0,649 Mio. Euro)
■ Sponsoringerglöse und -provisionen (4,463 Mio. Euro)

(Quelle: WDR mediagroup, Jahresabschluss 2014, Endnetto nach allen Abzügen in Mio. Euro)

Portfolio

- Radiovermarktung von 1LIVE, WDR 2, WDR 4 und „WDR-Best of“-Hörfunkkombinationen
- TV-Vermarktung von „Das Erste im Westen“, „Spiegel TV Geschichte“ und „Spiegel TV WISSEN“
- Sponsoring-Vermarktung von „ARD morgenmagazin“, „Wetter vor acht“ und „Wissen vor acht“
- Kooperationen im WDR-Umfeld
- Media-Analysen und Auswertungen



„WIR PRÄSENTIEREN IHRE
MARKE ÜBERALL. FÜR MOBILE
WERBUNG OHNE GRENZEN.“

Andreas Kemper
Interactive Marketing, WDR mediagroup

Damit Ihr Spot wirklich alle Zielgruppen erreicht, sollte er auf allen Plattformen präsent sein. Heute und in Zukunft. Wir machen Bewegtbildinhalte auf jedem Endgerät verfügbar, ob Smartphone, Tablet oder Smart-TV. Ihre Marke wird durch unsere plattformübergreifende Vermarktung noch mehr Aufmerksamkeit gewinnen. Profitieren Sie von effizientem Service aus einer Hand, höchsten Qualitätsstandards und ausgereifter Technologie. Mit der WDR mediagroup stehen Ihnen die Möglichkeiten der Medienwelt von morgen offen.

wdr-mediagroup.com

HOCHWERTIGE VIDEOINHALTE BÜNDELN



Im Fokus: Onlinevermarktung für Premium-Videoinhalte

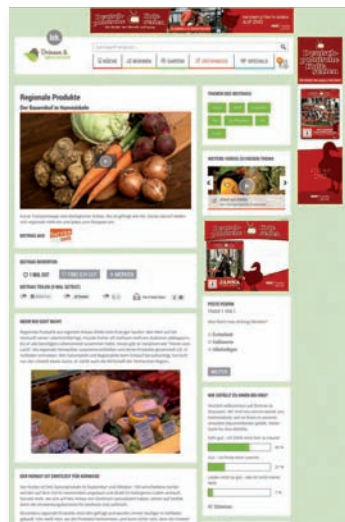
Mit ihrer Abteilung Interactive Marketing nimmt die WDR mediagroup insbesondere Vermarktungsstrategien für Videoinhalte in den Blick. Ziel ist es, in den nächsten Jahren ein hochwertiges Portfolio aus Webseiten mit Bewegtbild-Inhalten aufzubauen – sowohl durch die Akquise externer Mandanten als auch durch Eigenentwicklungen. 2014 lag der Schwerpunkt auf dem Aufbau eigener Portale sowie auf der Etablierung der Vermarktungsstrukturen auch mit externen Partnern.



Shortform-Content: neues Ratgeberportal „Drinnen-und-draussen.de“

Nachdem die Idee einer gemeinsamen Video-on-Demand-Plattform („Germany's Gold“) in Zusammenarbeit mit dem ZDF und mehreren Produzenten vom Kartellamt gestoppt worden war, entwickelte die WDR mediagroup Konzepte für den Aufbau einzelner Nischenportale mit Shortform-Content unter einer Dachmarke. Im Oktober 2014 ist das erste dieser eigenen Portale, www.drinnen-und-draussen.de, an den Start gegangen. 2015 werden weitere Portale folgen. Eine Erweiterung auf Longform-Inhalte ist dabei denkbar.

„Drinnen-und-draussen.de“ richtet sich im Schwerpunkt an Frauen zwischen 20 und 49 Jahren und beschäftigt sich mit den Themen Kochen, Wohnen, Gärtnern und Freizeitgestaltung. Inhalte sind kurze Videos aus bekannten WDR-Service-Programmen wie „Servicezeit“, „Lokalzeit“, „Kochen mit Martina und Moritz“ oder „Einfach und köstlich“. Die Präsentation der Themen mit Bewegtbild wird ergänzt durch redaktionelle Texte und Bilder. Vier Redakteure betreuen die Aufbereitung der Inhalte. Programmiert wurde die Seite, die im Responsive Design und damit auch für mobile Endgeräte verfügbar ist, von der WDR mediagroup digital. Auch die Digitalisierung der angebotenen Inhalte übernahm die Tochter. Die Bekanntmachung der Seite erfolgte vornehmlich über Radiospots auf den WDR-Hörfunkwellen, begleitet von bundesweitem Performance Marketing.



Breite Vermarktungsmöglichkeiten für „Drinnen-und-draussen.de“

„Drinnen-und-draussen.de“ ist werbefinanziert. Über das Salesmarketing sind die regulären Werbeformen im Bereich In-Stream und In-Page buchbar, aber auch Sponsorings (z.B. Muttertag/Backen, Grillsaison, Weihnachten) und Specials. Die Plattform ist IVW-gemessen und hatte im Dezember 2014, nur zwei Monate nach ihrem Launch, bereits eine halbe Million Seitenaufrufe. Daneben bietet die Webseite die Möglichkeit, Inhalte von Drittanbietern werbevermarktet auszuspielen. Hierzu gab es bereits erste Gespräche mit Anbietern von Ratgeber-Shortform-Content, darunter andere ARD-Anstalten sowie private TV-Sender und Produzenten. Für 2015 ist geplant, Inhalte im Wege der Syndizierung werbefinanziert auch Portalen Dritter zur Verfügung zu stellen.

Portfolio

- Aufbau der Online-Werbevermarktung
- Akquise weiterer Online-Vermarktungsmandate
- Betrieb der eigenen Shortform-Ratgeberportale
- Syndizierung der Shortform-Inhalte (werbevermarktet)
- Produktmarketing und Mandantenbetreuung online

GELUNGENE RADIO- VERMARKTUNG

Millionen Hörer immer wieder aufs Neue begeistern

Trennscharfe Positionierung, kompetente Markenführung und überraschende Ideen: Auch im Jahr 2014 war das Programm-Marketing der WDR mediagroup verantwortlich für eine Vielzahl von überraschenden Programm-Aktionen und Veranstaltungen der werbeführenden WDR-Hörfunkwellen 1LIVE, WDR 2 und WDR 4. Hand in Hand mit den Redaktionen sorgte das Programm-Marketing dafür, dass die „Erfolgsstory Radio“ weitererzählt wird. Zudem wurden auch 2014 zahlreiche aufmerksamkeitsstarke Veranstaltungen für das WDR-Marketing umgesetzt.

Ungewöhnliche Programm-Aktionen für ganz NRW

Ein Zug, 300 Singles, eine Nacht in Paris und die wohl exklusivste 1LIVE Liebesalarm-Party, die es je gegeben hat: Im September 2014 brachte der „1LIVE Lovetrain“ die Gewinner der Programm-Aktion der WDR-Jugendwelle in die Stadt der Liebe, mit Partystimmung schon auf der Zugfahrt dank 1LIVE-DJ Jan Christian Zeller. In Paris feierten die Singles im 1LIVE Loveboat auf der Seine eine bisher einzigartige 1LIVE Liebesalarm-Party. Die Aktion, geplant und umgesetzt vom Programm Marketing, erreichte in einer breit angelegten Marketingkampagne 33 Millionen Mediakontakte. Überaus erfolgreich war auch die „Aktion NRW“: WDR 2 und WDR.de hatten die Menschen in Nordrhein-Westfalen aufgerufen, Dauerstaus in ihrer Stadt zu melden. Zur Herbstaktion wurden etwa 21 Millionen Mediakontakte generiert, fast 50.000 Meldungen gingen ein. So wurden nicht nur typische Stauunkte erfasst, sondern mit WDR 2 Reportern vor Ort gemeinsam mit Betroffenen, Behörden und Experten nach Lösungen gesucht. Etwa 250.000 Mediakontakte erzielte das Programm-Marketing darüber hinaus im Dezember 2014 in einer WDR 4 Direktmarketing-Aktion. In den zuvor ermittelten Zielregionen Düsseldorf, Neuss, Steinfurt und Bielefeld wurden potenzielle neue Hörer zwischen 45 und 70 Jahren mit einem Direktmailing auf das neue WDR 4 aufmerksam gemacht.

Beliebt bei den Hörern: Fortsetzung erfolgreicher Eventreihen

Neben den Programm-Aktionen konzipiert und organisiert das Programm-Marketing der WDR mediagroup zahlreiche erfolgreiche Eventreihen für den WDR und seine Hörfunkwellen. So strömten rekordverdächtige 40.000 Menschen zu insgesamt sechs Veranstaltungen des Open-Air-Spektakels „WDR 2 für Remscheid“ – mit Musik von Mando Diao, Christina Stürmer oder Element of Crime. Beim „1LIVE Schulduell“ beteiligten sich 191 Schulen aus ganz NRW. Das Bundesliga-Tippspiel „1LIVE Vereinsmannschaft“ brachte es auf über 18.000 Einzeltipper. Darüber hinaus übernahm das Programm-Marketing die Abwicklung aller WDR 2 Konzertpräsentationen 2014 – insgesamt 82 Einzelevents.

Kennzahlen 2014

• Veranstaltungstage	93
• Direkte Kontakte	ca. 205.000
• Indirekte Kontakte	ca. 34,5 Mio.
• Plakate	ca. 107.000
• Flyer	ca. 320.000
• Promoterstunden	398

Portfolio

Produktmanagement:

- ma-Aktionen, Programm-Aktionen
- Promotion, Branding, Merchandising

Eventmarketing:

- Großveranstaltungen
- Einzelevents, Konzerte, Partys



BELIEBTE STOFFE FÜR DEN VORABEND

„Verbotene Liebe“- zum 20. Geburtstag im Weekly-Format

Nach 20 Jahren als Daily Soap erfolgte für den Dauerbrenner im ARD-Vorabend, der von der Programmredaktion der WDR mediagroup verantwortet wird, der Wechsel zum wöchentlichen Format. Im Februar 2015 begann die Ausstrahlung von zunächst 15 Folgen à 48 Minuten jeweils freitags um 18.50 Uhr.

„Rentnercops – Jeder Tag zählt!“: unterhaltsame Verstärkung am Vorabend

In einem neuen erfolgversprechenden Serienformat der WDR mediagroup ermitteln seit März 2015 „Die Rentnercops“ Edwin (Tilo Prückner) und Günter (Wolfgang Winkler) in Köln-Mülheim – nachdem sie nach 40 Dienstjahren wegen Nachwuchsmangel zurück aufs Revier geholt wurden. Die Kommissare haben jedoch noch nie eine Mail geschrieben oder im Internet recherchiert. Das Ergebnis ist beste Unterhaltung in zunächst acht Folgen aus der Feder der Drehbuchautoren von „Stromberg“ und „Mord mit Aussicht“ (Produktion: Bavaria Fernsehproduktion).

Drehstart: „Die Kuhflüsterin“ geht in Serie

Nach der erfolgreichen Pilotierung 2013 wurden sieben Folgen der Comedyserie „Die Kuhflüsterin“ mit Cordula Stratmann in der Hauptrolle abgedreht (Produktion: eyeworks). Die Komikerin, bekannt als Annemie Hülchrath aus der WDR-Kultsendung „Zimmer frei!“, spielt darin eine Tierheilpraktikerin. Die Ausstrahlung ist für Sommer 2015 vorgesehen.

Bunte Kriminalgeschichten: neue Vorabendreihe „Matterns Revier“

Ab Spätherbst 2015 bereichern acht Folgen der Serie „Matterns Revier“ mit Hansa Cypionka in der Hauptrolle den ARD-Vorabend (Produktion: Odeon Film). Im Zentrum steht der kauzige Kriminalkommissar Mattern aus Essen-Katernberg, der nach der Frühpensionierung aufgrund eines Infarkts wieder im Haus seiner Mutter lebt.

„Wissen vor acht“-Familie erfolgreich erweitert

Das beliebte Format „Wissen vor acht“ wurde 2014 um die Sparte „Mensch“ erweitert. Darin präsentiert die Ärztin und Moderatorin Dr. Susanne Holst Themen aus Gesundheit, Psychologie, Ernährung usw. Somit hat die Dachmarke „Wissen vor acht“, die 2008 ursprünglich mit Ranga Yogeshwar auf Sendung ging, inzwischen vier erfolgreiche Gesichter: Vince Ebert („Wissen vor acht – Werkstatt“), Thomas D („Natur“) und Anja Reschke („Zukunft“). 2014 wurden insgesamt 170 Folgen produziert. Zudem wurde mit „Wissen vor acht – XXL“ erneut eine Langversion pilotiert. Die Entscheidung über eine weitere Produktion fällt 2015.

Vertrags- und Kalkulationsverhandlungen zu den wichtigsten Projekten:

• „Heiter bis tödlich“-Formate:

- „Alles Klara“, 3. Staffel, Folgen 33-48
- „Hubert & Staller“, 5. Staffel, Folgen 67-82
- „Akte Ex“, 2. Staffel, Folgen 17-32
- „München 7“, 4. Staffel, Folgen 25-32

• Sitcom-Formate:

- „Dating Daisy“, 1. Staffel, Folgen 1-16
- „Die Kuhflüsterin“, 1. Staffel, Folgen 2-8

• Quizformate:

- „Quizduell“, 120 Live-Sendungen mit Jörg Pilawa
- „Das Paar-Duell“, Pilot mit Frank Plasberg und Anne Gesthuysen
- „Tick Tack Show“, Pilot mit Kai Pflaume

• Sonstige Formate:

- „Großstadtrevier“, 29. Staffel, Folgen 375-390

• „Huck“, 1. Staffel, Folgen 1-16

- „Rentnercops“, 1. Staffel, Folgen 1-16
- „In aller Freundschaft – Die jungen Ärzte“, 1. Staffel, Folgen 1-42
- „Brisant Prominent“ 2015
- „Sportschau“, Bundesliga, Saison 2014/15
- „Wissen vor acht“, verschiedene Formate

• Verkäufe an den Hessischen Rundfunk:

- „Der Fahnder“, Folgen 117-202
- „Die seltsamen Methoden ...“ und „Die unsterblichen Methoden des F.J. Wanningers“, 73 Folgen

Beteiligung der WDR mediagroup als Co-Produktionspartner/Co-Finanzierer

- „Die LottoKönige“, 1.-3. Staffel
- „Bobo Siebenschläfer“, 2. Staffel



Portfolio

- Mitglied in der ARD-Gemeinschaftsredaktion Vorabend
- Programmredaktion
- Sendebetriebsbüro
- Programm-Management
- Programmhandel
- Zentrale Kalkulationsstelle für den ARD-Vorabend



„WIR BESCHLEUNIGEN DIE
ARCHIVIERUNG IHRER INHALTE.
FÜR DIE DIGITALE ZUKUNFT.“

Michael Franke
A.D.A.M - Administrator, WDR mediagroup

Machen Sie heute Ihre wertvollen Medieninhalte fit für die Zukunft. Nur so können Sie die Fülle Ihrer Archivschätze auf digitale Plattformen ausspielen und auch vermarkten. Wir entwickeln für Sie maßgeschneiderte Konzepte. Von der industriellen Digitalisierung – 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche – bis zur Archivierung. Sie profitieren von hoher Zeit- und Kosteneffizienz, höchsten Qualitätsstandards und erfahrenen Experten. Mit der WDR mediagroup stehen Ihnen die Möglichkeiten der Medienwelt von morgen offen. wdr-mediagroup.com

WDR / media
group



Portfolio

- Verwertung von Qualitätsprogrammen des WDR aus TV und Hörfunk auf allen Verwertungswegen
- Lizenzverwertung der eigenen Marken „Maus“, „Elefant“ und „Käpt'n Blaubär“
- Koproduktionen zum Erwerb von umfänglichen Verwertungsrechten
- Wahrnehmung aller Agenturaufgaben für Marken anderer Rechteinhaber („Shaun das Schaf“, „Der kleine Maulwurf“, „Peppa Pig“)
- Umfassende Leistungen zur professionellen Markenführung
- Betreiber des „Maus & Co.“-Ladens in der Kölner Innenstadt sowie des WDR Onlineshops (wdrshop.de), Belieferung von Partnern z.B. Odysseum, Ravensburger Spiele, AD ticket GmbH mit Teilsortimenten
- Betreuung der kommerziellen Ausschnittverwertung von WDR-Fernsehprogrammen
- Internationaler Programmvertrieb für Kinderprogramme



ERFOLGREICHE MARKEN – NATIONAL UND INTERNATIONAL

Erfolgreiche Erweiterung des Marken-Portfolios

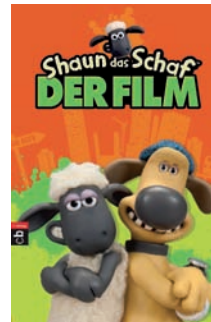
2014 setzte die WDR mediagroup auf die konsequente Erweiterung ihres Marken-Portfolios für alle Alters- und Interessensgruppen: Sie übernahm die Agenturmandate für die Preschool-Marken „Peppa Pig“ und „Jan & Henry“ sowie für die Erwachsenen-Comedy „Wiwaldi & Co.“. Mit „Das Original Krimidinner“, einem Live-Event in Verbindung von Gastronomie und Theater, erwarb sie erstmals auch die Lizenz für eine Eventmarke. Das Agenturmandat für „Shaun das Schaf“ konnte bis 2019 verlängert werden.

Ausbau des Bereichs Content

Als weiteren Schwerpunkt forcierte die WDR mediagroup den Ausbau des Bereichs Content innerhalb der Programmverwertung zur zentralen Steuerung der Gesamtverwertung der Programminhalte des WDR-Fernseh- und -Hörfunkarchivs und zum Aufbau des internationalen Programmvertriebs. Mit Abschluss der internationalen Koproduktion der ersten Staffel einer Serien-Adaption von „Bobo Siebenschläfer“ nach dem gleichnamigen Kinderbuch-Klassiker konnte für den Programmvertrieb und die Merchandising-Auswertung ein weiteres Highlight gesetzt werden.

Breite Markenpräsenz: neue Lizenzierungen für Maus, Shaun & Co

Um ihre beliebten Kindermarken für die Fans erlebbarer zu machen, hat die WDR mediagroup zahlreiche neue Lizenzierungen vorgenommen. Im April 2014 eröffnete im Ravensburger Spieleland die Maus-Familienattraktion. Der Maus-Park mit Freifallturm und der Möglichkeit, die Maus persönlich zu treffen, bescherte dem Freizeitpark einen Besucherrekord (+13 Prozent gegenüber dem Vorjahr); ein weiterer Ausbau ist geplant. Eine breite Palette neuer Produkte wurde zum Kinostart von „Shaun das Schaf – Der Film“ im März 2015 auf den Weg gebracht, darunter das Buch zum Film, ein Stickerheft, Smartphone-Hüllen oder die Shaun-Lunchbox. Außerdem hat die WDR mediagroup auf neue Kooperationspartner im Handel gesetzt („Direct to Retail“-Vermarktung): So präsentiert die Maus in einer Kooperation mit der Reformhaus e.G. seit Oktober 2014 die „Reformhaus Junior Bio-Box“ mit gesunden Lebensmitteln für Kinder. Weitere Handelskooperationen wurden mit toom Baumarkt und Toys“R“Us geschlossen.



Diverse Neuveröffentlichungen: Rückkehr der Klassiker

Mit der Neuauflage von „Die unendliche Geschichte“ als WDR-Hörspiel in sechs Teilen und der im Hörverlag erschienenen Reproduktion von „Paul Temple und der Fall Gregory“ mit Bastian Pastewka hat die WDR mediagroup 2014 erfolgreiche Klassiker wiederbelebt. Daneben konnte Helmut Dietls sechsteilige ARD-Kultserie „Kir Royal“ von 1986 zur DVD-Verwertung lizenziert werden. Neue Veröffentlichungen konnten auch für die Kultreihe „Rockpalast“ auf den Weg gebracht werden.

Für Krimi-Fans: „Tatort“-Produktwelt im Handel

Für Fans des „Tatorts“ hält der Buchhandel seit Herbst 2014 eine umfangreiche Auswahl an Produkten vom Moses Verlag bereit. Dazu gehören neben dem überaus erfolgreichen „Tatort – Das Quiz“ diverse Fan-Artikel wie Notizbuch, Schlüsselanhänger oder der „Tatort“-Wecker. Allein bis Ende 2014 wurden rund 120.000 „Tatort“-Artikel verkauft.



CONTENT-STRATEGIEN VON MORGEN

Professionelle Vorarbeit: Grundlagen für eigenes Vertriebs-Label gelegt – Think-Tank für die WDR mediagroup

Aufgabe des Bereichs Neue Medien ist es, die physische und digitale Verwertung der WDR-Programme sowie von attraktivem Drittcontent mit neuen Strategien voranzutreiben. 2014 konnte ein wesentliches Projekt, die Etablierung eines eigenen Vertriebs-Labels für die Bereiche DVD, Blu-ray und Video-on-Demand, umgesetzt werden. Der VoD-Vertrieb wurde dabei zunächst als neues Geschäftsfeld im Bereich Neue Medien aufgebaut und – aufgrund der positiven Entwicklung des Geschäftszweigs – zum 1. Januar 2014 gemeinsam mit dem bestehenden DVD-Label in die neu gegründete RC Release Company übertragen, inklusive Know-how, Businessplanung, personeller Ressourcen und Infrastrukturen.

2015 wird sich der Bereich Neue Medien als Stabsstelle der Geschäftsleitung auf seine Kernkompetenz der Strategie- und Konzeptentwicklung für neue Geschäftsmodelle in enger Abstimmung mit dem neuen Bereich Unternehmensentwicklung konzentrieren. Damit fungiert die Stabsstelle als Think-Tank für die gesamte WDR mediagroup, um aktuelle Trends und mögliche Geschäftsmodelle aus dem Digitalmarkt für das Unternehmen zu sondieren und zu entwickeln.



Portfolio

- Strategie- und Konzeptentwicklung
- Marktbeobachtung und Trendscouting
- Herstellung und Pflege von Kontakten zu Partnerunternehmen
- Zielgerichtete Kontaktvermittlung innerhalb der WDR mediagroup bei externen Geschäftsanfragen
- Übergeordnete Projektverantwortung (Projekt-Ownerships)

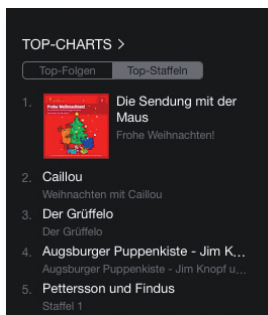
Digitale Services: Entwicklung von App-Strategien

Apps sind heute unerlässlich bei der Verbreitung von Inhalten in neue Zielgruppen. Zur Entwicklung neuer Apps sind jedoch umfassende Kenntnisse über die Kundenwünsche sowie die verschiedenen Refinanzierungsformen (Bezahl-App, Abo-Modelle oder In-App-Purchasing) notwendig. Die Abteilung Neue Medien hat daher individuelle Konzepte entwickelt, die für die WDR mediagroup im Speziellen und die ARD im Allgemeinen je nach Zielgruppen und Programm-Marken die Verwertung von Inhalten über Apps wirtschaftlich umsetzbar macht. Nach der Konzeption ist dieser Bereich zur konkreten Planung und Umsetzung in die Programmverwertung übergeben worden, da ein wesentlicher Schritt das Sourcing und der Erwerb der entsprechenden Inhalte ist. Darüber hinaus hat der Bereich eine eigene YouTube-Strategie für Programminhalte der WDR mediagroup entworfen sowie ein Konzept zum Aufbau der Pay-TV-Vermarktung im deutschsprachigen Raum erarbeitet.



HAUSEIGENES VERTRIEBS-LABEL

release
company



Gelungene Ausgründung: RC Release Company an den Start gegangen

Seit 1. Januar 2014 betreut die RC Release Company als hauseigenes Label und hundertprozentige Tochtergesellschaft der WDR mediagroup die vielfältigen DVD-, Blu-ray- und Video-on-Demand-Vermarktungen. Zugleich ist sie Content-Aggregator für Drittinhalte. Das Kerngeschäft der RC Release Company besteht im Vertrieb hochwertiger Inhalte des WDR und anderer ARD-Anstalten – seien es Archivschätze oder aktuelle Neuproduktionen. Darüber hinaus erwirbt das Unternehmen die Rechte an Programmen weiterer Partner und schnürt daraus attraktive Pakete, die sie an alle relevanten VoD-Portale vertreibt. Im Wachstumsmarkt „Digitaler Vertrieb“ konnte sich die RC Release Company 2014 fest etablieren und ihr VoD-Vertriebsnetzwerk mit Partnern wie Netflix, Kinderkino, alleskino, UPC CH und Videociety nahezu komplettieren.

Breites Angebot: zahlreiche Neuerscheinungen von DVD bis VoD

2014 wurden insgesamt 30 physische Produkt-Veröffentlichungen in Form von DVDs, Blu-rays oder CDs im Markt platziert. Zusätzlich wurden ca. 1.800 Programmstunden auf den verschiedenen VoD-Plattformen digital distribuiert. Zu den Highlights zählte die 3. Staffel der ARD-Erfolgsserie „Mord mit Aussicht“, die direkt nach der TV-Erstaussstrahlung als DVD und Blu-ray sowie auf verschiedenen VoD-Plattformen vermarktet werden konnte. Rechtzeitig zur Fußball-WM veröffentlichte die RC Release Company erstmals auch die Dokumentation „Deutschland. Ein Sommermärchen“ auf verschiedenen digitalen Plattformen, inklusive einer herausragenden Marketing-Kooperation mit Watchever.

Schwerpunkt Kindermarken: Ausbau des Portfolios

Erweitert hat die RC Release Company auch ihr Kinder-Programmportfolio: „Die Sendung mit dem Elefanten“ feierte mit dem Themenspecial „Meine erste Party“ inklusive zahlreicher Extras DVD- und VoD-Premiere. Fünf neue Themenspecials gab es auch in der „Maus“-Reihe. Die „Maus“-Weihnachts-Compilation konnte mittels zahlreicher Marketingmaßnahmen und digitaler Promotions optimal am Markt platziert werden und erzielte zwischenzeitlich Platz 1 der iTunes-TV-Serien-Charts.

Beim Publikum begehrt: Veröffentlichungen mit regionalem Touch

Für Fans des Regionalen gab es mehrere Neuveröffentlichungen mit Bezug zu Köln und NRW: Zum Jahresende wurden die zwölf besten Stücke der Theaterlegende Willy Millowitsch in einer streng limitierten und aufwändig produzierten DVD-Sammlerbox veröffentlicht. Seit Anfang 2015 gibt es zudem die zweiteilige Dokumentation „NRW von oben“ als DVD und Blu-ray, die die Region in spektakulären Luftaufnahmen zeigt und dabei spannende Ausflüge in vergangene Zeiten macht. Zu den Überraschungserfolgen 2014 zählte die Veröffentlichung von „Dinner for One – op kölsch“, einer Neuauflage des Silvester-Fernsehklassikers mit den bekannten Comedians Annette Frier und Ralf Schmitz.

Portfolio

- Digitale Distribution von Programminhalten im kommerziellen Umfeld
- Produktion und Vertrieb von DVDs, Blu-rays und CDs über das hauseigene Label
- Akquisition und Aggregation von Programminhalten für die VoD- und DVD-Vermarktung
- Aufbau von Online- und Social-Media-Präsenzen
- Verkaufsbegleitende Maßnahmen im Bereich Online-, Offline- und Social-Media-Marketing



„WIR SICHERN IHRE
MEDIENINHALTE.
FÜR ZUKÜNFTIGE ERFOLGE.“

Sabine Wellendorf
Filmsanierung, WDR mediagroup



Sie sollten heute dafür sorgen, Ihre Inhalte dauerhaft zu erhalten und nach modernen Standards zu archivieren. Denn nur so lassen sich diese wertvollen Inhalte in Zukunft auch vermarkten. Wir unterstützen Sie dabei, die für Sie passende Lösung zu finden. Ob Filmsanierung, Digitalisierung oder digitale Langzeitarchivierung: Sie profitieren von der Erfahrung unserer Experten, höchsten Qualitätsstandards und erprobten Technologien. Mit der WDR mediagroup stehen Ihnen die Möglichkeiten der Medienwelt von morgen offen. wdr-mediagroup.com

WDR[®] / media
group

VIelfÄLTIGER DIENSTLEISTER IN DER DIGITALEN WELT



Erweiterung: Übernahme des WDR IT-Servicedesk

Nachdem die WDR mediagroup digital bereits den Arbeitsplatzsupport für über 5.000 Arbeitsplätze beim WDR verantwortet, liegt seit 1. Januar 2014 auch die Betreuung des WDR IT-Servicedesk in ihren Händen. Dazu gehören neben dem Betrieb der zentralen IT-Hotline 1919 auch der Vor-Ort-Support in Köln, in den Regionalstudios und den Auslandsstudios Brüssel, Paris und Den Haag sowie das Benutzermanagement für die Verwaltungsdirektion, die Intendanz und die Gremien, ebenso wie für den in Bonn ansässigen Sender Phoenix.



Neue Software: Windows-7-Rollout für den WDR

Als IT-Dienstleister sorgt die WDR mediagroup digital seit 1. August 2014 auch für das Rollout von Windows 7 und Office 2013 im WDR. Insgesamt 6.500 PC-Arbeitsplätze werden beim WDR auf die neue Software umgestellt; die Außenstudios in NRW und im Ausland sind Bestandteil der Leistung. 16 neu rekrutierte Mitarbeiter sind für die reibungslose Umsetzung verantwortlich – das umfasst Hotline, Vorbegehung, Installation, Nachsupport und das Benutzermanagement.



Professionelle Auslieferung von Inhalten an VoD-Plattformen

Die technische Abwicklung der von der WDR mediagroup, RC Release Company und Authentic Distribution vertriebenen Programme an Video-on-Demand-Plattformen liegt bei der WDR mediagroup digital. Sie liefert die TV-Inhalte direkt an Anbieter wie iTunes, Amazon Instant Video, Maxdome und andere. Die für den Deutschlandstart der VoD-Plattform Netflix durchgeführte Initialbelieferung wurde zusätzlich mit Untertiteln versehen, die von der Abteilung Barrierefreie Medien erstellt oder konfektioniert wurden.



Standortwechsel: Umzug der Audio- und Videotechnik

Die Audio- und Videotechnik der WDR mediagroup digital hat ein neues Zuhause; sie ist aus ihren Räumen in der Kölner Ludwigstraße 11 ausgezogen und im Juli 2014 in der Ludwigstraße 6 eingezogen. Der Umzug wurde dafür genutzt, die technische Ausstattung zu aktualisieren und neue Konzepte in den Arbeitsabläufen zu realisieren. Eine komplett neue Infrastruktur sorgt dafür, dass in den Bearbeitungsräumen keine MAZ-Geräte und Rechner mehr aufgebaut sind. Der Zugriff auf diese Geräte in den Serverräumen erfolgt vielmehr über ein hochleistungsfähiges KVM-System (Fernzugriff). Das optimiert die Auslastung der Systeme; bei der Einführung neuer Soft- und Hardware müssen die Arbeitsräume zudem nicht umgebaut werden. In der geräumten Ludwigstraße 11 soll das neue WDR-Rechenzentrum entstehen, dessen Konzeption und Bau die WDR mediagroup digital mitverantwortet.

Erfolgreiche Migration: WDR-weites Redaktionssystem „Sophora“

Zum Jahresende 2014 konnte die Migration der Internetauftritte des WDR in das Redaktionssystem „Sophora“ erfolgreich abgeschlossen werden. Über 4 Jahre arbeitete ein interdisziplinäres Team aus WDR mediagroup digital, WDR und freien Entwicklern an der Umsetzung. In dieser Zeit wurden nicht nur nahezu alle Webseiten des WDR migriert, sondern auch die vom WDR betriebenen Internetauftritte von Das Erste, „Monitor“ und „hart aber fair“.



Medienwerkstatt: technischer Support für „WDR Studio Zwei“

Im deutschlandweit einzigartigen „WDR Studio Zwei – Die Medienwerkstatt“ können Schüler der Jahrgangsstufen sechs bis 13 aller Schulformen ihre eigenen Radio- oder Fernsehsendungen produzieren. Seit 1. Juli 2014 ist die WDR mediagroup digital für die Technik im Rahmen des 1st-Level-Supports und damit für die konkrete Unterstützung der Schüler zuständig. Daneben betreut sie auch die Aus- und Fortbildungsredaktion, das „Digitale Wohnzimmer“ und das „Kinderstudio“.

Digitale Archivierung: Großauftrag für A.D.A.M. II in Berlin

Mit ihrem Digitalisierungssystem A.D.A.M. („Automated Digital Archive Migration“) bietet die WDR mediagroup digital ihren Kunden an den Standorten Köln und Berlin die automatisierte Digitalisierung von audiovisuellen Archivbeständen an. NDR und rbb haben das Unternehmen nun beauftragt, ihre gesamten MAZ-Archive zu digitalisieren. Umgesetzt wird das Vorhaben mit A.D.A.M. II am Berliner Standort des rbb. Da es sich um große Archivbestände handelt, ist eine Vertragslaufzeit von mindestens acht Jahren vereinbart worden. Nach dem erfolgreichen Abschluss eines Pilotprojekts für das Deutsche Rundfunkarchiv konnte auch hier für 2015 ein Digitalisierungsauftrag abgeschlossen werden.

Ratgeberportal: technische Umsetzung von „Drinne-und-draussen.de“

Das vom Interactive Marketing der WDR mediagroup 2014 ins Leben gerufene Video-Ratgeberportal „Drinne-und-draussen.de“, mit Beiträgen aus bekannten WDR-Servicesendungen, wurde von der WDR mediagroup digital technisch entwickelt und im Responsive Design umgesetzt, sodass die Inhalte auch über alle mobilen Endgeräte erreichbar sind. Die auf der Webseite angebotenen Videoclips werden von der WDR mediagroup digital aufbereitet und der Redaktion zur Verfügung gestellt.

Neue Aufträge für die barrierefreien Dienstleistungen

Der Bereich Barrierefreie Medien ist für die Untertitelung, Audiodeskription und Gebärdensetzungen großer Teile des WDR-Fernsehprogramms verantwortlich, arbeitet als Dienstleister aber auch für andere Medienunternehmen. So hat das ZDF die WDR mediagroup digital damit beauftragt, die wöchentliche Vorabendserie „Die Rosenheim Cops“ mit Audiodeskription zu versehen. Für RTL werden seit September 2014 alle Qualifikationsspiele der deutschen Fußballnationalmannschaft zur Europameisterschaft 2016 live untertitelt. Für den Kinofilm „Frau Müller muss weg“ (Little Shark Entertainment, Constantin Film und Seven Pictures) wurden neben der Audiodeskription auch die Untertitel für das Kino sowie für die DVD-Verwertung und die Fernsehfassung erstellt.



Portfolio

- Digitalisierung, Konfektionierung, Archivierung und Auslieferung von Content
- Zentraler technischer Dienstleister für die gesamte ARD-Werbung
- Technische Abwicklung der Hörfunk-Werbung für den WDR
- Audio-, Video- und HDTV-Produktion
- Barrierefreie Dienste wie Video-textuntertitelung, Audiodeskription und Gebärdendolmetschen
- Medien- und plattformübergreifende Kommunikationslösungen im digitalen Bereich
- Technischer Dienstleister für den Mitschnittservice, Sofin und die kommerzielle Ausschnittsverwertung
- Senderstandortmitbenutzung
- IT-Dienstleistungen für den WDR
- Filmsicherung und -service
- Transkodierung für die WDR-Mediathek, HbbTV und VoD-Plattformen

SERVICES ZUR HÖRERBINDUNG



Kernkompetenz Call-Center: jederzeit in Kontakt mit den Hörern

Das Call-Center der WDR mediagroup dialog ist der heiße Draht zu den Hörern der WDR-Hörfunkwellen 1LIVE, WDR 2 und WDR 4. Rund um die Uhr werden hier sämtliche Fragen zum Programm beantwortet, Gewinnspiele und Call-in-Sendungen begleitet sowie Autogrammwünsche und Ticketbestellungen bearbeitet. Damit leistet die WDR mediagroup dialog einen wichtigen Beitrag zur Zufriedenheit der WDR-Hörer und damit zur Hörerbindung.

Wiederholte Zertifizierung: herausragende Qualität des Call-Centers bestätigt

Das Call-Center der WDR mediagroup dialog hat im Juli 2014 erneut das Kombizertifikat ISO 9001/QMCC durch den TÜV Rheinland erhalten. Die Zertifizierung „Qualitymaster Communication Center“ (QMCC) ist ein für Call-Center spezifischer, praxisorientierter Qualitätsstandard in Anlehnung an DIN EN ISO 9001:2008 und das EFQM-Modell für Excellence. ISO 9001 ist ein international anerkannter Standard für Qualitätsmanagementsysteme.



Zum Nachholen: Mitschnittservice für WDR-Programme

Hörer und Zuschauer, die eine WDR-Sendung verpasst haben, können diese jederzeit beim Mitschnittservice für den privaten Gebrauch kostenpflichtig nachbestellen. Daneben sind auch Mitschnitte für die nicht-private Nutzung, den sogenannten Sofin-Bereich (Schulen, Organisationen, Firmen, Institutionen etc.), möglich. Die WDR mediagroup dialog ist in beiden Fällen Ansprechpartner: von der Auftragsannahme im Call-Center bis zur Abwicklung der Mitschnittwünsche.



Musikverlag: professionelle Schnittstelle für Audioaufträge

Der Musikverlag der WDR mediagroup dialog betreute auch 2014 erfolgreich die Auftragskompositionen für alle Bereiche des WDR – inklusive Jingles, Audio-Layouts und Musik für Film, TV und Hörfunk. In diesem Rahmen vermittelt er als Schnittstelle zwischen Komponisten, Textern, Arrangeuren sowie TV- und Radioredaktionen. Mit dem „Soundpool“ steht dabei eine eigene Produktionsmusik-Datenbank zur Verfügung.

Kennzahlen 2014

Anrufversuche: rund 4 Mio.
schriftliche Kontakte: rund 470.000

Portfolio

- 1LIVE Hotline
- WDR 2 Hotline
- WDR 4 Hotline
- Ticketservice
- WDR/ADAC-Staufinderservice
- WDR-Besucherservice
- WDR-Beitragsservice
- WDR-Shop
- ARD-Werbung SALES & SERVICES (Adressqualifikation, Nachfassaktionen)
- WDR-Mitschnittservice für die private Nutzung
- WDR-Mitschnittservice für Bildungseinrichtungen, Firmen, Institutionen etc. (Sofin)
- Notenarchiv
- Musikverlag

GANZ EUROPA AUS EINER HAND

Grenzüberschreitend: Koordinierung der Kabelweitersendung

Nach europäischem Recht sind Sendeunternehmen in Europa gehalten, die grenzüberschreitende Kabelweitersendung ihrer Programme durch den Abschluss vertraglicher Lizenzvereinbarungen mit allen interessierten Kabelnetzbetreibern zu ermöglichen. Damit soll der „free flow of information“ auf dem Kontinent gefördert werden. So schreibt es die Richtlinie 93/83/EWG des Rates vom 27. September 1993 zur Koordinierung bestimmter urheber- und leistungsschutzrechtlicher Vorschriften hinsichtlich Satellitenrundfunk und Kabelweiterverbreitung vor. Die Koordinierungsstelle der ARD für die Kabelweitersendung der ARD-Senderfamilie im Ausland, kurz: ARD Kabelkoordination Ausland, ist bereits seit 2007 bei der WDR mediagroup angesiedelt.



Portfolio

- Vertragsverhandlungen über die Einspeisung der ARD-Senderfamilie mit europäischen Kabelnetzbetreibern, Telekommunikations- und IPTV-Unternehmen
- Operative und kaufmännische Abwicklung der linearen Verbreitungsaktivitäten der ARD
- Abrechnung und Verteilung der im Rahmen der Kabelauslandsaktivitäten vereinnahmten Erlöse innerhalb der ARD-Landesrundfunkanstalten

Begeht: ARD-Programme im europäischen Ausland

Die ARD, die sich insbesondere durch ihre Nachrichtenkompetenz auszeichnet, verfügt über eines der größten Korrespondentennetze der Welt und sichert dadurch eine qualitative und unabhängige Berichterstattung. Das ist nur ein Grund, warum zahlreiche Kabelnetz- und IPTV-Anbieter im europäischen Ausland an der Einspeisung der ARD-Senderfamilie in ihre Netze interessiert sind. Dennoch gestalten sich die Verhandlungen über die Einspeisung der ARD-Programmfamilie aufgrund europaweiter Konsolidierungen der Netzbetreiber sowie des Auftretens neuer Wettbewerber im Markt zunehmend komplexer und werden mit gesteigertem Preisdruck geführt.

Die Entwicklungen auf dem Kabelmarkt zeigen zudem, dass sich die Netzbetreiber von rein technischen Dienstleistern zu kommerziell agierenden Content-Anbietern entwickeln. Vor diesem Hintergrund ist vor allem die Nachfrage nach integraler Weitersendung von ARD-Inhalten über neue Endgeräte gestiegen. Aufgabe der ARD Kabelkoordination Ausland ist es, die Einzelfälle einer technischen und juristischen Prüfung zu unterziehen.

KLARE
STRUKTUREN

Beteiligungsfirmen	Holding	Töchter
	 WDR mediagroup GmbH	
 ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH, Frankfurt	Kerngeschäft Werbezeitenvermarktung klassisch und online, Programm-Marketing, Events & Promotion	 WDR mediagroup dialog GmbH Call-Center, Musikverlag
 AS&S Radio GmbH, Frankfurt	Programmredaktion, Programmhandel	 WDR mediagroup digital GmbH Archivierung, Digitalisierung, Internet- service, Mitschnittservice, Sender- standortmitbenutzung, Video- und Audiotechnik, barrierefreie Medien- dienste, IT-Service
 FERNSEHWERBUNG ARD & ZDF Fernsehwerbung GmbH	Programmverwertung	
 Degeto Film GmbH, Frankfurt	Neue Medien	
 Bavaria Film GmbH (Holding), München	 KABELKOORDINATION AUSLAND ARD Kabelkoordination Ausland	 RC Release Company GmbH DVD-Label, Video-on-Demand-Vertrieb
 Der>Audio<Verlag Der Audio Verlag GmbH, Berlin		
 Autentic Distribution GmbH, Köln		
German Broadcasting Centre Brussels S.P.R.L., Brüssel		

Stand: Mai 2015

**RADIO
ZENTRALE** Die WDR mediagroup ist
Gründungsmitglied der
Radio Zentrale e.V.

VIELFÄLTIG AUFGESTELLT

Beteiligungen

ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH

Die ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH (AS&S) ist die nationale Werbezeiten-Vermarktungs-organisation der ARD-Werbegeellschaften mit Sitz in Frankfurt am Main. Mit ihrer 100-prozentigen Tochter, der AS&S Radio GmbH (AS&S Radio), und der gemeinsam mit dem ZDF betriebenen Tochter ARD & ZDF Fernsehwerbung GmbH (AZF) unterhielt sie im Jahr 2014 Verkaufsbüros in Hamburg, Köln, Frankfurt am Main, München und Berlin. Die Gesellschaften haben im letzten Jahr die Werbezeiten des Vorabendprogramms von „Das Erste“ sowie von 32 öffentlich-rechtlichen und 12 privaten Radioprogrammen vermarktet.

Die Summe der über die AS&S, AS&S Radio sowie die ARD-Werbegeellschaften im Jahr 2014 erzielten Umsätze lag bei 422 Millionen Euro (alle Zahlen netto vor Skonto). Der Anteil aus TV-Werbung und TV-Sponsoring belief sich dabei auf ca. 189 Millionen Euro. Im Radio konnte die AS&S Radio zusammen mit den ARD-Werbegeellschaften ca. 237 Millionen Euro für öffentlich-rechtliche und private Mandanten erzielen. Davon entfielen ca. 225 Millionen Euro auf die ARD-Werbung.

Degeto Film GmbH

Die Degeto ist die gemeinsame Einkaufsorganisation der ARD. Im Jahr 2014 kamen aus ihrem Beschaffungsvolumen für Erstausstrahlungen 227 Filme und 506 Serienepisoden im Wert von insgesamt 261 Millionen Euro im Ersten zum Einsatz. Diese Programme stehen außerdem – wie der bereits existierende Programmstock für Wiederholungen im Ersten, in den Dritten Programmen, in ARTE, in 3sat, im KiKa sowie in den digitalen Programmen zur Verfügung.

Bavaria Film GmbH

Die Bavaria Film GmbH ist eines der führenden Produktions- und Dienstleistungsunternehmen in der deutschen Film- und TV-Branche. Gewachsen aus der Tradition eines 1919 gegründeten Studiobetriebs hat sich die Bavaria Film GmbH mit ihren Tochter- und Beteiligungsfirmen an den relevanten Medienstandorten im deutschsprachigen Raum zu einem Anbieter entwickelt, der alle wesentlichen Segmente der Film- und TV-Industrie abdeckt.

Die Bavaria Film GmbH fungiert als Holding von Produktions-, Dienstleistungs- und Lizenzhandelsunternehmen. Die Unternehmensgruppe realisiert eigene Kino- und TV-Auftragsproduktionen und bedient mit den vielfältigen Dienstleistungen und dem Rechte- und Lizenzhandel für öffentlich-rechtliche und private Auftraggeber nahezu die gesamte Wertschöpfungskette der Film- und Fernsehproduktion.

Die Produktionsunternehmen der Bavaria Film Gruppe positionieren sich überwiegend bei den öffentlich-rechtlichen TV-Anbietern im deutschsprachigen Raum. Im Geschäftsjahr 2014/15 wurden Projekte insbesondere für die ARD-Anstalten, die Degeto und das ZDF sowie für den ORF entwickelt und realisiert. Zudem wurden audiovisuelle und multimediale Projekte für andere Abnehmer aus der Medienbranche und anderen Industrien hergestellt und produziert. Das Programmspektrum der Gruppe umfasst fast alle Genres mit dem Schwerpunkt auf fiktionalem Programm und Serien. Daneben werden Kinofilme für den nationalen und internationalen Markt sowie Unterhaltungsprogramme produziert.

Trotz eines anhaltend schwierigen Marktumfeldes konnte die Bavaria Film GmbH sowohl auf Ebene der Einzelgesellschaft als auch für den Konzern ein positives Ergebnis im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/15 erzielen.





Der Audio Verlag GmbH

Der Audio Verlag (DAV) ist einer der führenden Hörbuchverlage im deutschsprachigen Raum mit Sitz in Berlin. Der DAV hat mehr als 600 lieferbare Titel im Programm und hat im Jahr 2014 insgesamt 120 Neuerscheinungen herausgebracht.

Aufgrund fehlender Spitzentitel und erschwelter Marktbedingungen in 2014 konnte nicht an die Erfolge des außerordentlichen Geschäftsjahres 2013 angeknüpft werden. Der Markt für physische Hörbücher hat in 2014 nach GfK gegenüber Vorjahr zwei Prozent an Umsatz verloren. DAV hat – wie geplant – stärker als der Markt an Umsatz eingebüßt. Erschwert wurden die Marktbedingungen auch durch die Insolvenz der Weltbild-Gruppe sowie durch zahlreiche Geschäftsaufgaben im Buchhandel. Dennoch ist es DAV gelungen, die geplanten Ergebnisse deutlich zu übertreffen und auf dem Niveau des Vorjahres abzuschließen.



Autentic Distribution GmbH

Die Autentic Distribution ist ein Joint Venture, das die WDR mediagroup und das Münchner Doku-Label Autentic, eine Tochter der Beta Film München, Anfang des Jahres 2014 für den gemeinsamen Vertrieb ihrer Dokumentationen gegründet haben. Darüber hinaus werden auch Programme anderer nationaler und internationaler Produzenten und Medienunternehmen angeboten.

German Broadcasting Centre Brussels S.P.R.L.

Die German Broadcasting Centre Brussels S.P.R.L. ist eine GmbH belgischen Rechts. Ihr Unternehmenszweck besteht darin, die für den Betrieb des WDR-Studios Brüssel genutzte Immobilie zu besitzen und zu verwalten. Die WDR mediagroup hält fünf Prozent der Gesellschaftsanteile.

SORGFÄLTIGE KONTROLLE

Der Aufsichtsrat der WDR mediagroup GmbH hat im Jahr 2014 die Aktivitäten des Unternehmens gewissenhaft überwacht und die Geschäftsleitung sachkundig beraten.

Herr Friedhelm Wixforth
(Vorsitzender)

Herr Dr. Ludwig Jörder
(stellv. Vorsitzender)

Herr Intendant Tom Buhrow

Herr Hans W. Färber

Frau Dr. Dagmar Gaßdorf (ab Januar 2014)

Herr Lothar Hegemann

Frau Ruth Hieronymi

Herr Heinrich Kemper (ab Januar 2014)

Frau Ruth Lemmer

Herr Prof. Dr. Werner Lohmann

Frau Beate Preisler (ab Januar 2014)

Herr Prof. Dr. Karsten Rudolph

Herr Michael Kroemer (beratendes Mitglied ab Januar 2014)

Frau Eva-Maria Michel (beratendes Mitglied)

Herr Georg Schrameck (beratend teilnehmend für den Betriebsrat der WDR mediagroup)

Frau Hanna Glaser (beratend teilnehmend für den Betriebsrat der WDR mediagroup bis Mai 2014)

Frau Vera Schönenborn (beratend teilnehmend für den Betriebsrat der WDR mediagroup ab Juni 2014)

Herausgeber

WDR mediagroup GmbH
Ludwigstraße 11
50667 Köln
Telefon +49 (0)221 2035 - 127

www.wdr-mediagroup.com

Redaktion

Claudia Scheibel
Andreas Haider
Unternehmenskommunikation
WDR mediagroup

Bildnachweise

ARD, WDR, WDR mediagroup
fotolia

Gestaltung

Annette Willig,
www.gestaltungswillig.de