



Events

Promotion



Im Dialog



Kooperationen



Call-Center



Referenzen

Events:

- 1LIVE Schulduell 2004 (Sportfreunde Stiller)
- 1LIVE Schulduell 2005 (Silbermond)
- 1LIVE Schulduell 2006 (Wir sind Helden)
- 1LIVE Schulduell 2007 (Fettes Brot)
- 1LIVE Schulduell 2008 (Culcha Candela)
- 1LIVE Charts-Party
- 1LIVE Liebesalarm-Party
- 1LIVE Plan B-Party
- 1LIVE Klubbing-Party
- 1LIVE Klubbing unterwegs
- 1LIVE Königstreffen 2004 (u.a. Die Ärzte, Wir sind Helden, 2raumwohnung)
- 1LIVE Königstreffen 2005 (u.a. Fettes Brot, Bloc Party, Franz Ferdinand, Gentleman)
- 1LIVE Krone Voting-Tour 2005/2006/2007
- 1LIVE Eine Nacht in Duisburg 2006 (u.a. Reamonn, Blackmail, Snow Patrol)
- 1LIVE Eine Nacht in Wuppertal 2007 (u.a. Jan Delay, Boundzound)
- 1LIVE Eine Nacht in Bielefeld 2008 (u.a. Mando Diao, Patrice)
- 1LIVE Comedy-Tour 2005/2006
- 1LIVE Thekenmeisterschaft 2006 (zur WM/Sportfreunde Stiller)
- 1LIVE Thekenmeisterschaft 2007/08 (zur Bundesligasaison/Die Toten Hosen)
- 1LIVE Ganz Groß Grillen
- 1LIVE Doppelgänger-Tour 2007
- 1LIVE Zehn
- 1LIVE Liebesalarm Filmnacht

- WDR 2 FestivalKino
- WDR 2 für eine Stadt
- WDR 2 Hausparty
- WDR 200. Die Party (2005: John Miles, Mousse T. live mit Band)
- WDR 200. (2007: Reamonn)

- WDR Sommerfest 2007
- 30 Jahre Rockpalast Die Party 2007
- WDR Radiofestival 2008
- WDR Filmpremieren (Teufelsbraten, Contergan)
- WDR Treff 2008

Promotion & Kooperationen:

- 1LIVE Doppeldecker
- 1LIVE Königstreffen 2004/2005 (Gastro, Sponsorenakquise, Ausstattung Backstagebereich)
- 1LIVE Ganz groß grillen (Deko/Branding)
- 1LIVE Krone Aftershow-Party (u.a. Volkswagen, Ford, Nokia)
- 1LIVE Eine Nacht in Bielefeld (Promotion- und Produktionsfahrzeuge/mit Mini)
- 1LIVE Liebesalarm Filmnacht (UCI, Puff's Brause)

- 1LIVE Luftbrücke (Germanwings)
- 1LIVE Ausflug oder Australien 2007 (Projektmanagement/Singapore Airlines, Tourism Australia)
- 1LIVE Sixpack 2008 (Projektmanagement/Germanwings, Octopustravel.com)
- 1LIVE Promotionoutfit 2007/2008 (adidas)
- 1LIVE Krone Goodie Bag 2006/2007/2008 (Fossil)

- Fanartikel u.a.: 1LIVE Plan B CD (kostenloser Musiksampler als Give-Away), 1LIVE Falthüte, 1LIVE Tasse, 1LIVE Promotertaschen (Fossil), 1LIVE Kalender, 1LIVE Sektorquartett

- Hotel WDR 2 (Rewe Touristik)
- WDR 2 Die Entdecker 2008 (Singapore Airlines)
- WDR 2 Festivalkino (u.a. Cineplex, Langnese)
- WDR 2 WestZeitreise (u.a. mit Studiosus, HapagLloyd Express, FlyLoco)

- Deutscher Kamerapreis (mit Volkswagen)

- weitere Partner u.a.: Funny Frisch, Bionade, XOX, Mumm, Ültje, Langnese, Mini, Bitburger, Red Bull, Coca Cola, CMA, Castro, Zukunft durch Technik, Sniff, Veltins, Pioneer, Sinalco, Oz, LBS, Volksbanken-Raiffeisenbanken, E-Plus, Medion, Wilkinson, Hussel, Seeberger, Knorr, Deutsche Bahn, Diageo, Fremdenverkehrsamt Lech, Gruner & Jahr, SPA, Buchbinder, Julius Meinl

Call Center:

- 1LIVE Hotline
- WDR 2 Hotline
- WDR 4 Hörertelefon
- WDR/ADAC Staufinderservice
- Servicehotline ARD-Fernsehlottarie
- Servicehotline WDR RadioRecorder
- WDR Shop (Hotline, E-Mail, Internet, Brief und Fax)
- Servicehotline ARD-Themenwoche ‚Krebs‘
- Servicehotline ARD-Themenwoche ‚Kinder sind Zukunft‘
- ARD-Werbung SALES & SERVICES Adress-Qualifizierung

Vorgespräch

Christiane Podang, beschreiben Sie doch die wdr mediagroup dialog bitte in drei kurzen Sätzen.

Zum einen sind wir Profis für Marketing, Veranstaltungen, Promotion und Call-Center. Und wir sind Teil der öffentlich-rechtlichen Familie.

Das waren nur zwei Sätze. Fehlt da nichts?

Nein, denn das war das Wesentliche. Herausheben will ich aber noch unser Team, das seit einem Jahrzehnt sein Bestes gibt.

Wie hebt sich das Team von anderen ab?

Das fragen Sie vielleicht besser unsere Kunden. Wir hoffen, dass sie mir Recht geben würden, wenn ich sage, dass wir ein sehr tiefes Senderverständnis haben. Und andererseits den Markt sehr gut kennen, auf dem wir uns im Sinne des Senders behaupten. So gelingt uns die Vermittlerrolle zwischen Programm-Machern, Publikum und anderen Partnern. Dabei will ich unser Call-Center hervorheben: Als bundesweit erstes wurde es nach den Richtlinien der Total Quality Excellence (TQE) des Deutschen Direktmarketing Verbandes und der TÜV Rheinland Consulting GmbH geprüft und mit der höchsten Auszeichnung zertifiziert.

Woher kommen eigentlich die Ideen für Programmaktionen oder Veranstaltungen, die Ihr Team für den wdr mit durchführt?

In den allermeisten Fällen sind das Impulse aus den Redaktionen. Das ist deswegen wichtig, weil alle Aktivitäten die enge Anbindung ans Programm benötigen. Nur so bleiben sie authentisch. Das braucht es, um für das Publikum glaubwürdig zu sein. Und niemand kennt die Programme besser als die Menschen, die sie machen. Wir geben aber durchaus auch unsere Einschätzung ab. Insbesondere bei häufiger wiederkehrenden Ereignissen liefern wir Erkenntnisse, die allen Beteiligten helfen immer besser zu werden.



Christiane Podang leitet die wdr mediagroup dialog. Die Geschäftsführerin des achtzigköpfigen Teams verfügt über eine lange Erfahrung in den Bereichen Marketing, Event-Management und Call-Center.

Vernetzt

Im Dialog

Die richtigen Verbindungen herzustellen, darauf versteht sich die wdr mediagroup dialog. Sie startete 1998 als Service-Einheit für die junge Welle 1LIVE. Heute ist das mittlerweile achtzigköpfige Team für zahlreiche Abteilungen des wdr im Einsatz. Im Auftrag der Programmredaktionen stehen die „dialog“-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in direktem Kontakt mit dem Publikum. Sie unterstützen den wdr bei der Organisation von Events und bringen Promotionaktionen für das Programm auf den Weg. Im Call-Center beantworten sie alle Fragen der Hörer.

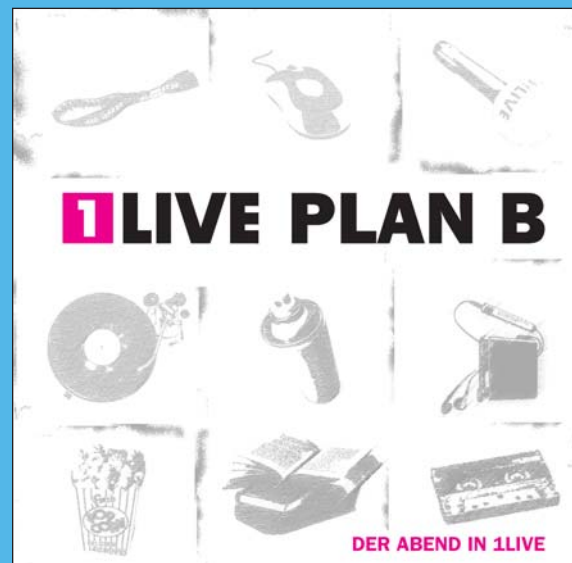
Zentral für den Erfolg der Zusammenarbeit ist der „kurze Dienstweg“. Als 100-prozentige wdr-Tochter sitzt die wdr mediagroup dialog sprichwörtlich gleich nebenan. Abstimmungen mit den Programm-Verantwortlichen finden so mitunter auf Zuruf statt. Gemeinsam werden Aktionen und Arbeitsweisen entwickelt, die das Selbstverständnis des Senders mittragen und sein Profil stärken.





Ganz nah und eng vernetzt

Ein weiterer Vorteil: Statt Call-Center, Eventagentur und Promotion gesondert zu beauftragen, kommen bei der wdr mediagroup dialog – für 1LIVE und wdr2 – alle Leistungen aus einer Hand. Ohne aufwändige Abstimmungsprozesse zwischen den einzelnen Teams. Für die Programm-Macher ist die Arbeit des eng vernetzten Serviceteams immer auch ein direkter Rückkanal zu ihrem Publikum. Über das Call-Center erfahren sie unmittelbar wie ihre Sendungen ankommen. Bei Events sind ihre Programm-Marken und Moderatoren für jedermann live erlebbar. Und auch Promotionaktionen und Gewinnspiele schaffen eine große Nähe zu denen, für die das Programm gemacht ist.



Veranstaltungen managen



Der wdr Treff: von links nach rechts Prof. Karl Karst (Programmchef wdr 3) und Angelica Netz (Programmchefin wdr 2), Intendantin Monika Piel und Moderatorin Gisela Steinhauer mit Jochen Rausch (1LIVE Programmchef). Jürgen Rüttgers und Hannelore Kraft, Monika Piel und Günther Jauch, Frank Plasberg und Harald Schmidt, Axel Prahl und Dietmar Bär – rund 350 prominente Gäste aus Politik, Wirtschaft, Medien, Wissenschaft, Kultur und Sport treffen sich im „KapForum“ am Rheinauhafen in Köln.

1LIVE Party-Formate – hier wird richtig gefeiert: Ob 1LIVE Klubbing-Party, Charts-Party oder Liebesalarm-Party – die 1LIVE Moderatoren und Programm-Macher stehen an den Turntables und versorgen den kompletten Sektor mit dem typischem 1LIVE-Sound.

Die wdr mediagroup dialog ist im Land unterwegs für den Sender. Sie kümmert sich um die Eventlogistik und die VIP-Betreuung beim wdr Treff, organisiert Veranstaltungsreihen zu Musiksendungen und betreut Programmaktionen oder Promotiontoure auf ihrem Weg durch NRW. Wenn es um die Entwicklung von Veranstaltungen für den wdr geht, bringen die erfahrenen Eventmanager ihr Know-how ein. Meist kommen die Ideen für die Events direkt von den Programm-Machern. Impulse gibt aber auch die wdr mediagroup dialog regelmäßig, wie bei der 1LIVE Krone Voting Tour – oder sie tritt selbst als Veranstalter in Erscheinung, wie bei den 1LIVE Charts-Partys.

Hunderte Schulbesuche für das 1LIVE Schulduell, die Aftershow-Party zur 1LIVE Krone oder die große Premierenfeier im Kino für eine herausragende wdr-Fernsehproduktion. Jede Veranstaltung ist anders – und doch legt die wdr mediagroup dialog an alle die gleichen Maßstäbe: Hier gibt es Programm-Marken zum Anfassen. Bei allen Aktionen muss jeder Gast „sein Programm“ in Stil und Stimmung wiedererkennen.



WDR 2 für eine Stadt: Gegen hunderte Mitbewerber setzt sich das Städtchen Hückeswagen im Bergischen Land durch. Und lässt sich Ende Mai von WDR 2 auf den Kopf stellen. Im Gepäck für die 16.000 Einwohner: die Stars aus dem Radioprogramm – von Ranga Yogeshwar bis Christine Westermann und von Roger Handt bis BAP.

Um die Programmbudgets oder die Budgets eigener Events zu entlasten, sorgt die WDR Mediagroup dialog bei ausgewählten Veranstaltungen auch für Kooperationspartner, die zum Anlass passen. Sie helfen, dass die Eintrittspreise im Sinne des WDR kalkuliert werden können.

Location, Werbung, Technik, Deko und Catering. Das kostet. Häufig sind es nur wenige Wochen bis zur Veranstaltung. Die WDR Mediagroup dialog kalkuliert, organisiert und führt sie durch – von A bis Z. Oder das Eventteam ist Feuerwehr an den Stellen, wo es gerade „brennt“. Sie kennen die kurzen Wege zu den Lösungen. Das Eventteam der WDR Mediagroup dialog hat die Kontakte zu den richtigen Fachleuten im WDR, in der Mediagroup und auf dem freien Markt.



Oliver Jaeger
Leitung Eventmanagement
oliver.jaeger@wdr-mediagroup.com



Michael Höch
Senior Event Manager
michael.hoech@wdr-mediagroup.com

Ideen verwirklichen

„1LIVE Lesen auf Rädern“ zur Lit.Cologne 2008: An drei Haltestellen, mitten in der Kölner Innenstadt, während des größten Literaturfestivals Deutschlands, macht der 1LIVE Doppeldecker allabendlich Station. Autoren wie Karen Duve, Clemens Meyer oder Peter Hein lesen aus ihren neuen Büchern. Kostenlos und sehr exklusiv – nämlich nur für die je etwa 30 Leute, die rechtzeitig kommen, um noch einen Platz an Bord zu ergattern.



„WDR 2 FestivalKino“: WDR 2 zeigt prämierte Festivalfilme! Eine große Kinokette bringt als Partner in ausgewählten NRW-Städten acht der besten Produktionen des Jahres auf die Leinwand. WDR 2 Moderatoren führen in den jeweiligen Städten durch das Programm – und begrüßen Interviewgäste zu den Filmen.

Ein Literaturbus von 1LIVE? Wer sich so etwas ausdenkt zeigt Mut. Hörerinnen und Hörer belohnen die Programm-Macher und kommen in Scharen. Denn sie vertrauen auf das Gespür „ihres Senders“ – oder sie sind einfach angezogen vom interessanten Angebot.

Auch für ungewöhnliche Ansätze ist die WDR mediagroup dialog zu haben. Am Anfang stehen immer Fragen: Stimmt das Konzept, passen die Rahmenbedingungen? Und was darf es kosten? Zusammen mit dem Know-how der Eventabteilung und dem Input von der Hotline verfügt die WDR mediagroup dialog über wertvolle Kenntnisse. Sie können entscheidend sein für das gute Gelingen einer neuen Idee.

Die Präsentation einer Programm-Marke hört nicht auf, wenn das Radio abgeschaltet oder der Rechner nicht mehr online ist. Damit auch die „Off Air“-Präsenz synchron läuft mit der Senderphilosophie, arbeitet die WDR mediagroup dialog Hand in Hand mit den Programm-Verantwortlichen. Plakate, Promoter, das Briefing für das Call-Center oder die Give-Aways – sie alle werden laufend auf den neuesten Stand gebracht. So wie sich auch die Programme laufend neu erfinden.

„1LIVE Sixpack“: Auch zur Media-Analyse (ma) ist 1LIVE in aller Munde. Die junge wdr Welle schickt jeweils sechs Freunde auf 36 Kurztrips in europäische Metropolen, Flug und Unterbringung inklusive. Gewinnen kann jeder, der sich an der 1LIVE Hotline 0221-56789111 meldet, per Zufallsgenerator direkt in die Sendung geschaltet wird und beim „Wahr oder Falsch“-Spiel mitmacht. Dann gilt es für die Hörer nur noch zu zeigen, dass sie bei 1LIVE ganz genau hingehört haben – und schon dürfen sie mit ihren Freunden abheben ...



„1LIVE Eine Nacht in Bielefeld“ und mittendrin die 1LIVE Promotoren, die alle Besucher mit den wichtigsten Infos zu den Veranstaltungen in Clubs, Kneipen und Kinos versorgen und die begehrten 1LIVE Give-Aways unter die Leute bringen. Möglich wird der schnelle Ortswechsel zwischen den 13 Veranstaltungen durch die Unterstützung eines zielgruppenadäquaten Automobilherstellers.

Manpower, Budgets und Zeit – alles ist knapp. Mit kurzen Wegen, schnellen Entscheidungen und pragmatischen Einsätzen berät und begleitet die wdr mediagroup dialog die Sender. Und wenn die Idee mal größer ist als der Etat: Bei ausgewählten Maßnahmen leisten die passenden Sponsoren-Partner ihren Beitrag. Ob mit Gewinnspielpreisen bei einer Programm-Aktion, dem VIP-Shuttle zur 1LIVE Krone oder mit der Bekleidung für die 1LIVE Promoter für das gesamte Jahr.

Die Dienstleistung erstreckt sich hierbei von der Suche nach Partnern bis zur Vertragsschließung.



Cathrin Pesch
Leitung Promotion /
Produktmanagement
cathrin.pesch@wdr-mediagroup.com



Uwe Thelen
Manager Kooperationen
uwe.thelen@wdr-mediagroup.com

Erreichbar sein

„Miro“ will wissen wie der Song heißt, den er vor zwei Minuten im Radio gehört hat. Und Frau Böndel interessiert, wo sie die Broschüre „Tropenholz: Ratgeber für Umweltbewusste“ beziehen kann, über die in der WDR 2 Quintessenz berichtet wurde. Birol an der WDR 2 Hotline kann helfen: Nur ein paar Mausklicks später haben die Hörer die Antworten.

„Wo sind denn hier die Krimis?“, lautet eine Frage im Mail-Account von 1live.de. Mit dem WDR RadioRecorder lassen sich die WDR Hörfunkprogramme digital mitschneiden – von jedermann und ohne zusätzliche Kosten. Bei Fragen zur Installation oder zur Bedienung hilft das Call-Center der WDR mediagroup dialog.

Sie haben immer ein offenes Ohr. Die 65 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Call-Center der WDR mediagroup dialog sind die erste Anlaufstation für alle, die sich beim Sender melden – per Telefon und per E-Mail, per SMS und per Post. Die Antworten auf ihre Fragen erhalten sie sehr schnell. Es sind kurze Wege zwischen dem Call-Center und den Redaktionen von 1LIVE, WDR 2 und WDR 4. Die Hotliner haben einen direkten Zugang auf die Sendelaufpläne und Zugriffe auf umfangreiche Informationssysteme. Auch als Service-Hotline für die ARD-Fernsehlotterie, den WDR Shop und den WDR/ADAC-Staufinder-Service ist die WDR mediagroup dialog im Einsatz. Die Kommunikation verläuft hier immer in beide Richtungen: Während die Hotliner den Hörern umgehend und serviceorientiert helfen, bekommen die Programm-Macher stets ein direktes Feedback, wie ihre Sendungen und Aktionen „draußen“ ankommen. Dank der technischen Vernetzung und der räumlichen Nähe kann das, was die Hörer bewegt, sogar in eine laufende Radiosendung einfließen.

Volle Konzentration: Wer im Call-Center der WDR mediagroup dialog telefoniert oder auf E-Mails antwortet, kann sich ganz auf eine Welle oder ein Thema konzentrieren. Räumlich sind die Call-Center-Projekte voneinander getrennt – im Hintergrund läuft je nachdem 1LIVE, WDR 2 oder WDR 4. Jeder Hotliner ist eine „Stimme des Senders“, den er vertritt. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Telefon müssen sich nicht nur im Programm auskennen (dazu werden sie intensiv geschult) – sie sollen sich auch mit ihrem Sender identifizieren können.



Anruf beim Eventmanager der wdr mediagroup dialog:
„Michael, wegen des großen Besucherandrangs sind die Zufahrtsstraßen zum Gelände im Moment noch blockiert. Könnt ihr den Konzertbeginn um 20 Minuten verschieben?“
Dieser Nachricht ist ein Hörer-Anruf vorausgegangen. Ungeduldig und mitten im Stau hatte er sich bei der 1LIVE-Hotline gemeldet. Und von dort gab man die Information sofort an das Veranstaltungsteam vor Ort weiter. Michael reagiert schnell. Das Problem wird gelöst. Und dann geht es los.



Jährlich wird das Call-Center der wdr mediagroup dialog nach den Richtlinien der Total Quality Excellence (TQE) des Deutschen Direktmarketing Verbandes eingehend geprüft. Die TÜV Rheinland Consulting GmbH hat dem Call-Center dabei schon mehrfach die höchste Auszeichnung verliehen.

Herausgeber

WDR mediagroup dialog GmbH
Im Mediapark 5d
50670 Köln

Konzeption, Texte

planpunkt: Gesellschaft für Pressearbeit
und Public Relations mbH, Köln

Gestaltung

planpunkt: Christian Schäfer

Bildnachweise

Porträts Seiten 7 und 9: Fulvio Zanettini
Porträt Seite 3: Rui Camilo
Event-Fotos: WDR/WDR mediagroup dialog

Stand

September 2008