



09



09

## INHALT

- 4 Neue Geschäftsfelder der WDR mediagroup  
ZUKUNFT GESTALTEN
- 7 WDR mediagroup media  
ROBUST IN DER KRISE
- 9 WDR mediagroup digital  
ALLES FÜR DIE DIGITALE WELT
- 10 WDR mediagroup licensing  
MARKEN ERLEBBAR MACHEN
- 11 WDR mediagroup dialog  
IMMER GANZ NAH DRAN
- 12 WDR mediagroup program  
QUOTE MIT QUALITÄT
- 13 ARD Kabelkoordination Ausland  
EUROPAWEIT AKTIV
- 14 united docs  
VERTRIEB HOCHKARÄTIGER PRODUKTIONEN
- 15 Beteiligungen der WDR mediagroup  
BESTENS AUFGESTELLT
- 17 Organigramm der WDR mediagroup  
KLARE STRUKTUREN
- 18 Aufsichtsrat der WDR mediagroup  
KONSTRUKTIVE BEGLEITUNG

## NEUE CHANCEN NUTZEN

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

wie nicht anders zu erwarten, betraf die Rezession im Jahr 2009 viele relevante Wirtschaftsbereiche. Der Blick zurück zeigt, dass das vergangene Jahr auch für die WDR mediagroup kein leichtes war. Besonders deutlich wurde dies bei einem unserer wichtigsten Standbeine, der klassischen Werbezeitenvermarktung. Die gute Performance von Radio konnte dabei die deutlichen Verluste bei TV leider nicht ausgleichen.

Dennoch bin ich mir sicher, dass wir gemeinsam einer erfolgreichen Zukunft entgegensehen. Die Krise auf dem klassischen Werbemarkt zeigt uns deutlich: Als kommerzielle Tochter des WDR, die diesen unterstützt, das Programm für den Nutzer überall und jederzeit erlebbar zu machen, ist es für uns wichtiger denn je, neue Geschäftsfelder zu entwickeln. Gefragt sind zukunftssichere Angebote, die profitabel sind und zugleich unserem eigenen Selbstverständnis eines integrierten Mediendienstleisters gerecht werden. Dabei darf es nicht unser Ziel sein, jedem Trend blind hinterherzulaufen. Im Gegenteil: Wir beobachten die Medienlandschaft und die Mitbewerber im In- und Ausland genau, sondieren den Markt, verfolgen medienpolitische Entwicklungen und bereiten uns gewissenhaft vor, um im richtigen Augenblick das passende Angebot bereitzustellen zu können.

Erste wichtige Schritte auf diesem Weg haben wir bereits 2009 gemacht. Mit der Gründung der webCOLONY gehen wir gemeinsam mit der Bavaria Film Interactive GmbH neue Wege zur Verlängerung von Markenauftritten im Internet. Unter dem Namen WDR mediagroup digital firmieren seit 2009 die bisherige WDR mediagroup digital GmbH und die Westdeutsche Programmentwicklungsgesellschaft mbH. In einer Firma decken wir somit die Geschäftsfelder Internet-Service, Video- und Audiotechnik und Archivdienstleistungen ab. Seit dem 1. Januar 2010 liegt auch das Mandat zur Senderstandortmitbenutzung, also die kommerzielle Nutzung von WDR-Sendemasten und deren Infrastruktur durch Dritte, bei der WDR mediagroup digital. Die gesamte Abwicklung des Mitschnitt-Service für den WDR gehört nun ebenfalls zu unserem Portfolio wie die kommerzielle Ausschnittverwertung von WDR-Fernsehprogrammen. Darüber hinaus haben wir im Laufe des zurückliegenden Jahres alle Maßnahmen eingeleitet, die zur Erfüllung und zum Bestehen der im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages geforderten Marktkonformitätsprüfung notwendig sind. Im Jahr 2010 werden wir für die Archive des WDR ein innovatives digitales Archivierungssystem einführen und im Lizenzgeschäft mit Eigenproduktionen rund um Maus und Elefant im Markt vertreten sein. Die Liste ließe sich noch fortführen.

Lassen Sie uns diesen Weg gemeinsam weiter beschreiten! Nutzen wir die Chancen und lassen Sie uns die Medienlandschaft von morgen mitgestalten. Unsere langjährig erprobte Kompetenz und der Mut, Visionen zu leben, sind dafür die beste Basis.

Herzliche Grüße



Michael Loeb



**Michael Loeb**  
Geschäftsführer der  
WDR mediagroup GmbH



## NEUE GESCHÄFTSFELDER DER WDR MEDIAGROUP:

### ZUKUNFT GESTALTEN



**Michael Loeb**  
Geschäftsführer der  
WDR mediagroup GmbH



**Anke Fischer-Appelt**  
Geschäftsleitung Unternehm-  
ensentwicklung und Recht



**Barbara Wiewer**  
Geschäftsleitung Marketing  
und Vertrieb



**Frank Nielebock**  
Geschäftsleitung Finanzen  
und Beteiligungen

#### Zusammen stark: Fusion von WDR mediagroup digital und WPEG

Rückwirkend zum 1. Januar 2009 ist die WDR mediagroup digital GmbH auf die Westdeutsche Programmentwicklungsgesellschaft (WPEG) verschmolzen worden. Seitdem firmiert die WPEG, ein hochkompetenter Dienstleister für die Digitalisierung von Archiven, unter dem Namen WDR mediagroup digital. Durch diese Verschmelzung wird die WDR mediagroup GmbH neue Mehrheitseignerin der bisher 100-prozentigen Tochter des Westdeutschen Rundfunks (WDR). Dank der Zusammenführung wird das Portfolio erheblich ausgebaut. Die fusionierte Gesellschaft deckt damit die wichtigen Geschäftsfelder Internet-Service, Video- und Audiotechnik und Archivdienstleistungen, wie Digitalisierung und Sanierung von Film, Video, Audio und Print ab.

#### Für den Zuschauer: WDR mediagroup digital übernimmt Mitschnitt-Service

Ausschließlich für private Zwecke und zur Nutzung innerhalb der Familie dürfen Fernsehsendungen aufgenommen oder abgespielt werden. Für Zuschauer, die eine Sendung verpasst haben, darf der WDR nachträglich eine Kopie erstellen. Diesen Service (Angebot, Inkasso, Kopie-Anfertigung, Versand) bietet seit August 2009 die WDR mediagroup digital in Köln-Ossendorf an.

#### Synergieeffekte: WDR mediagroup und Bavaria gründen webCOLONY

Zur Verlängerung von Markenauftritten auf Plattformen jenseits der klassischen Medien haben die beiden Medienunternehmen Bavaria Film Interactive und WDR mediagroup im September 2009 die gemeinsame Tochter webCOLONY gegründet. Dabei setzt die kleine, schlagkräftige Agentur nicht auf Kommunikationslösungen von der Stange. Geboten werden technisches Know-how und konzeptionelle Kompetenz, Produktion und Design bis hin zur Verknüpfung mit Features wie Social Networks, Suchmaschinen- oder viralem Marketing.

#### Gewinn bringend: Ausschnittverwertung durch WDR mediagroup licensing

Mit Beginn des Jahres 2010 übernimmt die WDR mediagroup licensing die Betreuung der kommerziellen Ausschnittverwertung von WDR-Programmen aus dem Bereich Fernsehen. Ob für Werbefilme, Unternehmenspräsentationen, Produktpräsentationen, Messeauftritte oder Verkaufsveranstaltungen: Die gewünschten Bildaufnahmen werden recherchiert und Dritten zur Verfügung gestellt.

#### Exklusiv: WDR mediagroup digital verantwortet Senderstandortmitbenutzung

Seit dem 1. Januar 2010 hat die WDR mediagroup digital das Mandat, als exklusive Agentur für das Geschäftsfeld Senderstandortmitbenutzung zu agieren, und regelt so die kommerzielle Nutzung von WDR-Sendemasten und deren Infrastruktur durch Dritte.

#### Alles was Recht ist: Marktkonformität und Compliance

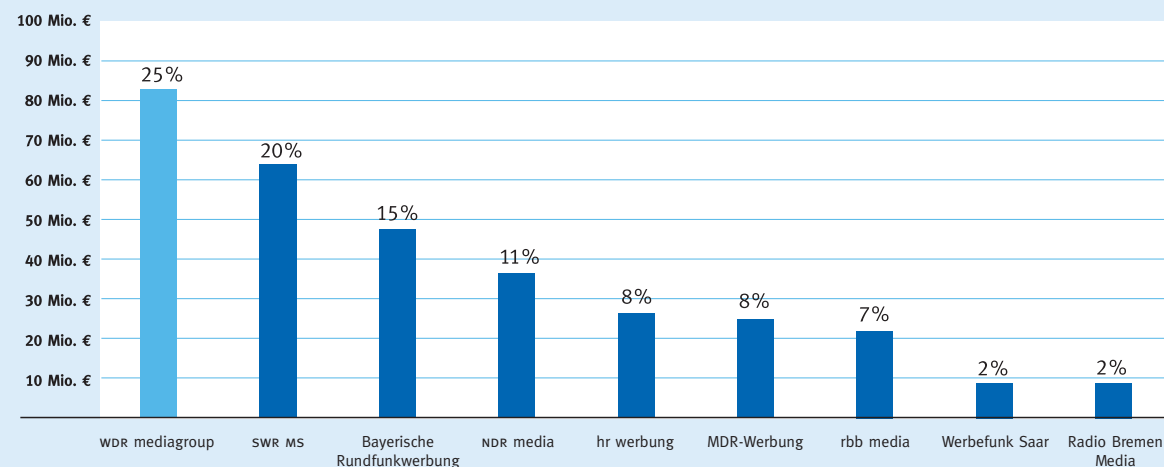
Als Erfordernis des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages müssen Beteiligungsunternehmen öffentlich-rechtlicher Anstalten ab 2010 die Marktkonformität ihrer Leistungsbeziehungen zur Rundfunkanstalt und ihrer Leistungsbeziehungen untereinander nachweisen. Marktkonformes Verhalten bedeutet in diesem Zusammenhang, dass sich Rundfunkanstalten und ihre Beteiligungsunternehmen beim Leistungsaustausch im Rahmen kommerzieller Tätigkeiten den Marktgegebenheiten folgend verhalten und insbesondere hinsichtlich der vereinbarten Konditionen dem Fremdvergleich mit marktüblichen Preisen standhalten.

WDR und WDR mediagroup haben im Laufe des Jahres 2009 alle Maßnahmen eingeleitet, die zur Erfüllung und zum Bestehen der Marktkonformitätsprüfung notwendig sind. Zunächst wurden alle der Prüfung unterliegenden Leistungsbeziehungen identifiziert. Zu ihrer Dokumentation wurde eine eigene Datenbank entwickelt, in der systematisch Verträge, Wirtschaftlichkeitsberechnungen und aussagekräftige Preisvergleiche von Marktteilnehmern hinterlegt werden. Für alle zukünftigen Leistungsbeziehungen wurde ein Workflow entwickelt, der die Bereiche Controlling und Compliance der WDR mediagroup frühzeitig in die Kalkulation und vertragliche Gestaltung einbindet und so von Beginn an eine marktkonforme Gestaltung der Leistungen sicherstellt.

**Im Vergleich: WDR mediagroup weiter an der Spitze**

Die WDR mediagroup bleibt auch im Jahr 2009 die größte aller neun ARD-Werbe-gesellschaften – das zeigt der Vergleich der Netto-Umsatzerlöse von Radio und TV gesamt. Damit entfielen im zurückliegenden Jahr wieder 25 Prozent aller Netto-Umsatzerlöse auf das Kern-geschäft der WDR mediagroup.

**ARD-Werbe-gesellschaften im Vergleich – Netto-Umsatzerlöse 2009 (nach Skonti) Radio und TV gesamt**



(Quelle: AS&S)

Als weiterhin größte Werbegesellschaft trägt die WDR mediagroup so nicht nur maßgeblich zum nachhaltigen Erfolg der ARD-Werbung bei: Sie versteht sich auch als Motor von Innovationen und Vorreiter bei der Entwicklung von Verwertungskonzepten. Dabei steht mehr denn je die medienübergreifende Kommunikation im Fokus – von der klassischen Werbezeitenvermarktung über Sponsoring bis zur digitalen Kommunikation in den sogenannten Neuen Medien. Die WDR mediagroup ist für die digitale Zukunft bestens aufgestellt.

**WDR MEDIAGROUP MEDIA:  
ROBUST IN DER KRISE**

**Verschärfter Wettbewerb 2009**

Wie kein anderer Begriff zog sich im vergangenen Jahr „die Krise“ durch sämtliche Wirtschaftsbereiche und Privathaushalte. Und so liegt auch in Sachen Werbezeiten ein turbulentes Jahr hinter allen Vermarktern. Stärker als je zuvor wurde auf Abverkaufsleistung, Konditionen und die Erreichbarkeit der Zielgruppen geachtet.

Die marktrelevanten Sondereffekte rund um die „Umweltprämie“ führten in Kombination mit der bewährten Abverkaufsstärke des Mediums Radio dazu, dass das gesamte Vermarktungsportfolio (Radio + TV) der WDR mediagroup mit realen 6 Prozent ein geringes Minus im Vergleich zum Vorjahr hinnehmen musste. Gegen den Trend und deshalb umso erfreulicher: Die Welle WDR 4 konnte das Jahr 2009 mit einem Umsatzzuwachs um 19 Prozent beenden.

**Stark auf regionaler Ebene**

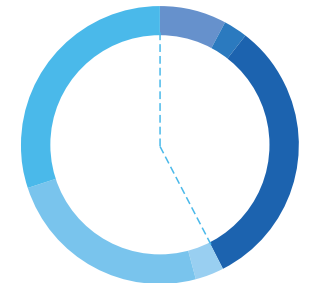
Die nationale TV-Sparte musste dagegen im hart umkämpften Wettbewerb deutliche Verluste verzeichnen und verlor gegenüber dem Vorjahr 18 Prozent. Immerhin wirkten die stabilen regionalen TV- und nationalen Sponsoringeinnahmen positiv dem Umsatzrückgang der Fernsehsparte auf ein Minus von 13 Prozent entgegen.

Die positiven regionalen Radio- und TV-Umsätze belegen, dass die strategische Entscheidung, den regionalen Vertrieb wieder im eigenen Haus zu integrieren, absolut notwendig und richtig war.

**Leicht rückläufiger Gesamtwerbemarkt**

Im Jahr 2009 haben die Unternehmen in Deutschland insgesamt 20,82 Milliarden Euro in Werbung investiert. Klarer Gewinner unter den Medien sind die Plakatvermarkter mit einem satten Plus von 14,6 Prozent. Der TV-Markt konnte im schwierigen Terrain einen Zuwachs um 2,9 Prozent und der Radio-Markt um 1,6 Prozent sichern. Print, die größte Gattung, verlor hingegen 4,9 Prozent.

**WDR mediagroup 2009  
Verteilung Netto-Umsätze  
Radio und TV**



Gesamt: 80,4 Mio. Euro

Radio gesamt: 46,4 Mio. Euro

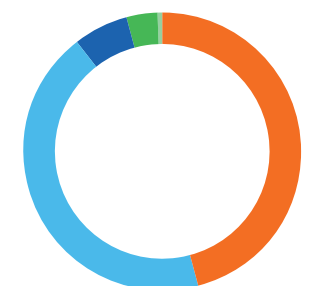
- 1LIVE (24,2 Mio. Euro)
- WDR 2 (19,4 Mio. Euro)
- WDR 4 (2,8 Mio. Euro)

TV gesamt: 34 Mio. Euro

- TV National (25,7 Mio. Euro)
- TV Regional (2,1 Mio. Euro)
- Sponsoringeinnahmen und -provisionen (6,2 Mio. Euro)

(Quelle: WDR mediagroup, Jahresabschluss 2009, Endnetto nach allen Abzügen in Mio. Euro)

**Werbemarkt Deutschland 2009  
Brutto-Aufwendungen für Werbung  
in klassischen Medien**



Gesamt: 20,817 Mrd. Euro

- Print 9,132 Mrd. Euro (Rückgang von 4,9%/gesamt 46,0%)
- TV 9,390 Mrd. Euro (Zuwachs von 2,9%/gesamt 43,7%)
- Radio 1,311 Mrd. Euro (Zuwachs von 1,6%/gesamt 6,2%)
- Plakat 0,912 Mrd. Euro (Zuwachs von 14,6%/gesamt 3,8%)
- Kino 0,072 Mrd. Euro (Rückgang um 1,3%/gesamt 0,4%)

(Quelle: Nielsen Media Research, Bruttoumsatz 2009)

## MEDIA

### PORTFOLIO

- Werbezeitenvermarktung
- Radiovermarktung von 1LIVE, WDR 2, WDR 4
- TV-Vermarktung von „Das Erste im Westen“
- Sponsoringvermarktung von „ARD morgenmagazin“, „Wetter im Ersten“ und „Wissen vor 8“
- Media-Analyse und -Auswertung
- Media-Seminare

### Neue „WDR Best of“-Radiopakete für NRW

Von der Fachwelt mit Spannung erwartet, wurden im Rahmen des Radio Day in Köln (September 2009) die neuen WDR-Hörfunkkombinationen vorgestellt. Die Pakete stehen unter dem Namen „WDR Best of“ und kombinieren die drei großen werbeführenden WDR-Wellen 1LIVE, WDR 2 und WDR 4. Diese neuen Pakete bündeln die Stärken der jeweiligen Einzelsender und zeichnen sich im Sinne der Werbekunden durch eine zielgruppengenaue und leicht nachvollziehbare Zusammenstellung aus.



### Qualität im Fokus: neue Fachkampagne für die Radiokombinationen

Begleitet wurde die Einführung der drei Radiokombinationen von einer groß angelegten Kampagne in den Fachtiteln, auf etablierten Branchenseiten im Internet und einer mehrtägigen Roadshow.

Der neue Claim „Qualität. Im Paket“ bringt es auf den Punkt: Im Mittelpunkt der neuen Kombinationen steht die Qualität. Dafür stehen die unabhängige Berichterstattung, höchste journalistische Sorgfalt, intelligente Unterhaltung und ein glaubwürdiges Programm. Neben hervorragenden Leistungswerten bieten die WDR-Wellen damit besonders eins: ein Werbeumfeld mit inhaltlicher Substanz.

### Keine Hemmungen: Beratungsplattform für Radio-Neueinsteiger

Kochrezepte, Bastelanleitungen und Gesundheitstipps – im Internet kann man fast alles nachlesen. Auf der neuen und einzigartigen Beratungsplattform „www.meinersterradiospot.de“ erfahren mittelständische Unternehmen, welche Chancen Radiowerbung für ihr Unternehmen bietet. In kurzweiligen zehn Minuten führt der bekannte Moderator Matthias Bongard auf sympathische Weise durch den Web-Guide und beantwortet ohne Fachchinesisch die relevantesten Fragen für den Neueinstieg in die Radiowerbung.



### WDR MEDIAGROUP DIGITAL:

## ALLES FÜR DIE DIGITALE WELT

### Erfolgreiche Umfirmierung

Neben zahlreichen Launches und Relaunches im Internet, die die WDR mediagroup digital auch 2009 verantwortete und erfolgreich umsetzte, war das zurückliegende Jahr besonders durch die erfolgte Umfirmierung geprägt: Zum 1. Januar 2009 ist die WDR mediagroup digital GmbH auf die Westdeutsche Programmentwicklungsgesellschaft mbH (WPEG) verschmolzen worden. Mit Eintragung in das Handelsregister vom 2. Juli 2009 hat die Gesellschaft umfirmiert in WDR mediagroup digital GmbH.

### Zwei Standorte für Full Service

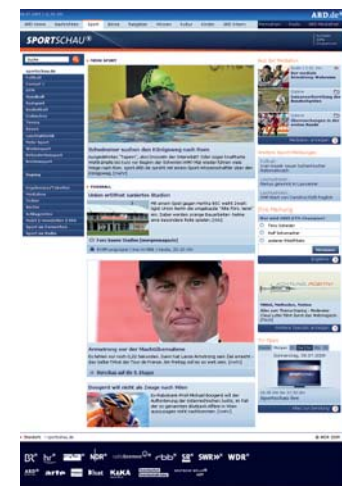
Die fusionierte Gesellschaft wird an zwei Standorten wirtschaftlich getrennt geführt: In der Kölner Innenstadt werden im Bereich Internet-Service medienübergreifende Kommunikationslösungen im digitalen Bereich entwickelt, konzipiert und technisch umgesetzt. Mit dem Bereich Video- und Audiotechnik bleibt auch der zentrale Produktionsdienstleister für die ARD-Werbung am gleichen Standort. Am Standort Köln-Ossendorf werden für den WDR, andere öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten und deren Einrichtungen sowie sonstige Archive audiovisuelle und Print-Medien digitalisiert. Darüber hinaus sind die Dienstleistungen Filmsanierung, Zuhörer- und Zuschauerentscheidungs- sowie Videotextuntertitelung im Portfolio enthalten. Damit kann in Zukunft digitaler Full Service aus einer Hand angeboten werden: qualitativ hochwertig, kompetent, erfahren und zukunftsweisend.

### Projekte 2009

- Investition in ein robotergestütztes digitales Archivierungssystem (A.D.A.M.)
- Technische und optische Neugestaltung von sportschau.de
- Umfangreiche Optimierungen der Internetpräsenzen von WDR 4 und WDR Klangkörper
- Konzeption und Realisation des Onlineauftritts von united docs
- Relaunch der Websites der TV-Formate „Kopfball“ und „Westpol“
- Planung und Durchführung von Online-Media-/Marketingmaßnahmen für den WDR-Online-Shop
- Digitalisierung des WDR-Fußball-Archivs für DFL-Tochter Sportcast
- Digitalisierung von Tonbandbeständen für DLR/DLF, Studio für elektronische Musik in Köln
- HDTV-Einführung

### PORTFOLIO

- Medienübergreifende Kommunikationslösungen im digitalen Bereich für WDR und ARD (Beratung, Konzeption, Gestaltung und Pflege)
- Konzeption und Verwertung von audiovisuellen und/oder multimedialen Inhalten, z. B. durch Verlängerung von TV-Inhalten ins Internet, für das mobile web oder für IP-TV
- Digitalisierung, Konfektionierung und Archivierung von Inhalten
- Video-, Audio- und HDTV-Postproduktion
- Zentraler technischer Dienstleister der gesamten ARD-Werbung
- Mitschnitt-Service
- Senderstandortmitbenutzung



DIGITAL

## WDR MEDIAGROUP LICENSING:

# MARKEN ERLEBBAR MACHEN

### 10 Jahre „Maus & Co.“

Das war ein Fest! Im November 2009 feierte der „Maus & Co.“-Laden seinen 10. Geburtstag und über 5.000 große und kleine Fans waren live dabei. 200 qm Ladenfläche, 2.000 Produkte, 380.000 Einkäufe und ein Online-Shop: Was früher das Ladenlokal vor Ort war, entwickelt sich rasant weiter. Die bekannten WDR-Programm-Marken aus TV, Radio und den Archiven des Senders werden somit bis in die heimischen vier Wände der Nutzer transportiert und hautnah erlebbar gemacht.



### Neues Geschäftsfeld

Im Jahr 2009 wurde das Geschäftsfeld Eigenproduktion aufgebaut: Neben der reinen Lizenzierung entwickelt und produziert die WDR mediagroup licensing nun Produkte rund um Maus, Elefant und Hase und lässt diese im Buchhandel vertreiben. Mehr als 20 Produkte sind ab Juni 2010 erhältlich – alle kindgerecht entworfen von der haus-eigenen Grafikabteilung.

### Kennzahlen 2009

- Neu abgeschlossene Verträge: 280
- Anzahl verkaufter „Shaun das Schaf“-DVDs: 1,2 Millionen
- Umsatzplus „Maus & Co.“-Laden: 13,7 Prozent
- Umsatzplus WDR-Online-Shop: 54,8 Prozent



## PORTFOLIO

- Zweitverwertung von Qualitätsprogrammen des WDR aus TV und Hörfunk
- Wahrnehmung aller Agenturaufgaben für Kindercharaktere anderer Rechteinhaber
- Umfassende Beratung zur professionellen Markenführung
- Betreuung des Einzelhandelskonzeptes „Maus & Co.“ sowie des WDR-Online-Shops
- Musikverlag betreut Auftragskompositionen für alle Bereiche des WDR. Dazu zählen Jingles, Audio-Layouts und Musik für Film, TV und Hörfunk.
- Betreuung der kommerziellen Ausschnittverwertung von WDR-TV-Programmen
- Aussteller auf der Frankfurter Buchmesse
- Gründungsmitglied des Vereins Deutscher Hörbuchpreis

L I C E N S I N G

## WDR MEDIAGROUP DIALOG:

# IMMER GANZ NAH DRAN

### WDR zum Anfassen

Auch 2009 war die WDR mediagroup dialog wieder verlängerter Arm des Programms durch die Organisation und Durchführung zahlreicher Partyreihen, Einzelvents, Großveranstaltungen, Promotions und MA-Aktionen für 1LIVE, WDR 2 und WDR 4, WDR-Pressestelle und WDR-Intendant. Besondere Highlights waren dieses Mal „1LIVE Eine Nacht in Münster“ mit 13 Veranstaltungen an einem Abend und „WDR 2 für eine Stadt“ mit sieben Veranstaltungen an einem Tag in Attendorn. Großer Resonanz erfreuten sich auch die MA-Aktionen „1LIVE Nordkirchen oder Südafrika“ und die Ausspielung von Meet&Greet-Reisen zu weltweiten Konzerten von U2, Depeche Mode, Pet Shop Boys und Nickelback bei der WDR 2-Aktion „WDR Top 200“. Das Team der WDR mediagroup dialog übernahm jeweils in bewährter Qualität die Organisation, die Werbe- und Media-Maßnahmen sowie die Sponsoreinbindung.

### Call-Center jetzt QMMC-zertifiziert

Ob die Hotlines von 1LIVE, WDR 2 und WDR 4, der Ticketservice, die ARD-Fernsehlotterie, der WDR-/ADAC-Staufinderservice, wdrshop.de und vieles mehr: Das Call-Center der WDR mediagroup dialog bietet Service aller erster Klasse: Dies wurde im August 2009 erneut vom TÜV Rheinland mit der QMMC-Zertifizierung unter Beweis gestellt. Zuvor war das Call-Center bereits drei Jahre lang nach dem TQE-Standard zertifiziert.



### Kennzahlen 2009

- |   |                     |
|---|---------------------|
| ■ Veranstaltungstage:                           | 1.209               |
| ■ Direktkontakte gesamt:                        | ca. 600.000         |
| ■ Plakate gesamt:                               | ca. 40.000          |
| ■ Flyer gesamt:                                 | ca. 700.000         |
| ■ Indirekte Kontakte und Pressekontakte gesamt: | ca. 38 Millionen    |
| ■ Promoterstunden:                              | 9.740               |
| ■ Anrufversuche im Call-Center:                 | knapp 7,5 Millionen |
| ■ Schriftliche Kontakte des Call-Centers:       | ca. 840.000         |

1 LIVE

WDR 2  
Der Sender.

WDR 4

## PORTFOLIO

- Events
- Promotion
- Kooperationen
- Merchandising
- Call-Center
- Ticketing

D I A L O G

## WDR MEDIAGROUP PROGRAM:

### QUOTE MIT QUALITÄT



Verbotene Liebe

#### „Verbotene Liebe“ in neuem Glanz

Im Programmjahr 2009 bekam das Erfolgsformat „Verbotene Liebe“ einen neuen, glamourösen Anstrich. Der Serien-Relaunch zur 3.500. Folge ließ nicht nur das Studio in Köln-Ossendorf in neuem Glanz erstrahlen, sondern führte auch zu einer Reihe produktionstechnischer Modernisierungen. Das erfreuliche Ergebnis: ein deutlicher Quotenanstieg für die Edel-Soap.

#### „Wissen vor 8“ als Quotengarant

2009 wurden 80 neue Folgen des täglichen Wissensformats „Wissen vor 8“ mit Ranga Yogeshwar produziert. Eine DVD zu diesem Format ist bereits in Planung. Die hohe Resonanz auf dieses 2-minütige Wissensformat machte den Weg frei für weitere Planungen zur Verlängerung von Wissensformaten am Vorabend.



#### Vertragsverhandlungen für Produktionen der WDR mediagroup 2009

- „Verbotene Liebe“, Folge 3.501 – 3.750
- „Marienhof“, Folge 3.679 – 3.928
- „Großstadtrevier“, Folge 289 – 306
- „Das Quiz mit Jörg Pilawa“, Folge 1.641 – 1.714 (letzte Staffel)
- „Das Duell im Ersten“, Folge 1 – 104



#### PORTFOLIO

- Mitglied der ARD-Gemeinschaftsredaktion Vorabend
- Programmredaktion
- Sendebetriebsbüro
- Programm-Management
- Programmhandel

## MARIENHOF

## Großstadtrevier

PROGRAMM

# ARD<sup>1</sup>

KABELKOORDINATION  
AUSLAND

## ARD KABELKOORDINATION AUSLAND:

### EUROPAWEIT AKTIV

#### Klare rechtliche Vorgaben

Gemäß der Richtlinie 93/83/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter urheber- und leistungsschutzrechtlicher Vorschriften hinsichtlich Satellitenrundfunk und Kabelweiterleitung vom 27. September 1993 sind Sendeunternehmen in Europa gehalten, die grenzüberschreitende Kabelweiterleitung ihrer Programme durch den Abschluss vertraglicher Lizenzvereinbarungen mit allen interessierten Kabelnetzbetreibern in Europa zu ermöglichen. Bereits seit 2007 ist die Koordinierungsstelle der ARD für die Kabelweiterleitung ihres Programmbouquets im Ausland bei der WDR mediagroup angesiedelt.



#### Erfolgreiche Verhandlungen in Belgien und Skandinavien

In Belgien konnten die Vertragsverhandlungen mit den beiden wichtigsten Netzanbietern in Flandern und Wallonien abgeschlossen werden. Die Programme der ARD erfreuen sich dort großer Beliebtheit – insbesondere die Berichterstattung über regionale Themen sorgt dafür, dass der WDR in den grenznahen Gebieten Belgiens eine feste Größe ist. Auch in Dänemark wurden entsprechende Verhandlungen geführt. In diesem Rahmen konnte einer der größten dänischen Kabelanbieter davon überzeugt werden, seinen Kunden „Das Erste“ sowie das NDR-Programm auch zukünftig in den (analogen und digitalen) Basispaketen anzubieten. Ein anderer dänischer Anbieter wird darüber hinaus „Das Erste“ als einziges deutsches Programm auf seiner Senderplattform anbieten. Im Jahr 2010 wird die Koordination der Kabelauslandsaktivitäten in verschiedenen osteuropäischen Ländern für diverse EBU-Sender übernommen.

#### PORTFOLIO

- Vertragsverhandlungen über die Einspeisung der Programme der ARD-Senderfamilie in Europa
- Vertragsmanagement einschließlich kaufmännischer Betreuung und Abwicklung
- Abrechnung und Verteilung der im Rahmen der Kabelauslandsaktivitäten vereinnahmten Erlöse innerhalb der ARD-Landesrundfunkanstalten sowie an sonstige Rechteinhaber
- Aufbau eines europäischen branchenspezifischen Netzwerks
- Beobachtung der relevanten Märkte sowie Erstellung von Marktanalysen und Erschließung neuer Vertragsländer und Geschäftsfelder

ARD KABELKOORDINATION AUSLAND

**UNITED DOCS:****VERTRIEB HOCHKARÄTIGER PRODUKTIONEN****Mehr als 3.000 Programmstunden im Angebot**

Seit dem 1. Januar 2009 ist united docs eine gemeinsame Tochter der WDR mediagroup (75 Prozent) und des WDR (25 Prozent). Als einer der führenden Weltvertriebe für europäische Fernsehdokumentationen handelt united docs weltweit mit Rechten an audiovisuellen Programmen von WDR, NDR, Radio Bremen, HR und seit 1. Mai 2009 auch SWR. Zusätzlich konnte sich united docs auch diverse Mandate unabhängiger Produzenten sichern, die bereits mehr als 50 Prozent des Gesamtumsatzes ausmachen. Zu den Kunden gehören in erster Linie ausländische Sendeanstalten und DVD-Händler, die auf ein Angebot von mehr als 3.000 Programmstunden zugreifen können. Allein im Jahr 2009 hat united docs über 100 neue ARD-Programmtitel und über 70 Dokumentationen unabhängiger Produzenten international angeboten und lizenziert.

**Mauerfall, Finanzkrise und Südafrika**

Im Geschäftsjahr 2009 wurden von ausländischen Einkäufern im Schwerpunkt historische Dokumentationen, Wissenschaftsthemen und aufklärende Programme nachgefragt. Besonders der Mauerfall war ein vorherrschendes Thema. united docs präsentierte hierzu das NDR-Programm „Schabowskis Zettel – Die Nacht, als die Mauer fiel“. Die Dokumentation wurde in über 30 Ländern lizenziert und zum Jahrestag des Mauerfalls ausgestrahlt. Weltweit ebenfalls über 30-mal gesendet wurde der WDR-Mehrteiler „Wir Europäer“. Ein weiteres Highlight: Eco Media's „Der große Rausch“ (Sendeplatz: „die Story“, WDR) wurde in über 15 Ländern lizenziert und sogar für den International Emmy nominiert. Zu Beginn des Jahres 2010 stellte united docs auf vier internationalen Messen in New York, Washington, Berlin und Prag TV-Produktionen pünktlich zur Fußball-Weltmeisterschaft über Südafrika vor. Auch hier die Resonanz: Fundierter investigativer Journalismus, für den ARD und WDR stehen, ist international mehr denn je gefragt.

**PORTFOLIO**

- Weltvertrieb von Dokumentationen und Magazinformaten an ein stetig wachsendes Netzwerk internationaler Sendeanstalten
- Unterstützung internationaler TV-Koproduktionen und -Förderung: Beratung, Entwicklung, Kofinanzierungen und Vertriebsgarantien, Vermittlung von Koproduktionen und Pre-Sales
- vertreten auf allen großen internationalen Messen, Festivals und Branchenkonferenzen, u. a. auf den MIPs in Cannes, DISCOP, Sunny Side of the Docs, Hot Docs, IDFA, WCSFP und History Makers sowie der von united docs mit ausgerichteten Veranstaltung German Screenings

UNITED DOCS

**BETEILIGUNGEN DER WDR MEDIAGROUP:****BESTENS AUFGESTELLT****ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH**

Die ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH (AS&S) ist die nationale Werbezeiten-Vermarktungsorganisation der ARD-Werbegeellschaften mit Sitz in Frankfurt am Main. Sie unterhält Verkaufsbüros in Hamburg, Köln, Frankfurt, Berlin, Erfurt und München. Die AS&S vermarktet bundesweit Werbezeiten im Vorabendprogramm von „Das Erste“ sowie in 32 öffentlich-rechtlichen und 29 privaten Radioprogrammen.



Die Summe der von ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH und ihrer 100-prozentigen Tochtergesellschaft, der AS&S Radio GmbH im Jahr 2009 erzielten Umsätze konnte mit 364 Millionen Euro den Wert des Vorjahres nicht erreichen. Auch die AS&S GmbH und ihre Radiotochter mussten angesichts der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland Rückgänge gegenüber dem Jahr 2009 hinnehmen. Die Erlöse aus der TV-Werbung (erwirtschaftet durch die ARD & ZDF Fernsehwerbung GmbH) beliefen sich 2009 auf 154 Millionen Euro. Im Radio konnte die AS&S Radio GmbH ca. 211 Millionen Euro (für die ARD-Werbegeellschaften und die privaten Radio-Mandanten) umsetzen.



FERNSEHWERBUNG

Für 2010 erwartet die AS&S angesichts der ausbleibenden Erholung der wirtschaftlichen Lage und der schlechten Prognosen für den Konsum in Deutschland keine Rückkehr auf das Umsatzniveau vor dem gesamtwirtschaftlichen Einbruch.

**Bavaria Film GmbH**

Die Bavaria Film GmbH ist eine den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten zugehörige Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft. Die Umsätze der Bavaria Film Gruppe zeigten im Geschäftsjahr 2009/2010 erneut eine stabile Entwicklung. Das operative Ergebnis der Bavaria Film GmbH, die als Holding für alle Geschäftsbereiche fungiert, blieb im Mehrjahresvergleich ebenfalls stabil. Dem anhaltenden Kostendruck im Bereich der Film- und Fernsehproduktionen entgegnet die Bavaria Film GmbH mit Optimierungen der Kostenstrukturen, der Organisationsabläufe sowie einer Diversifikation der Inhalte. Mit den Bereichen Produktion, Dienstleistung für Film- und Fernsehproduktionen, Rechte und Lizenzen sowie Home-Video ist die Bavaria unter der strategischen Führung der Holding auch für zukünftige Herausforderungen solide aufgestellt.

**Colonia Media Filmproduktions GmbH**

Die Filmproduktionsfirma Colonia Media setzt auf Qualität und spannende Unterhaltung. Mit „Schimanski“, den „Köln-Tatorten“ und den „Münster-Tatorten“ hat sie sich in der Film- und Fernsehlandschaft fest etabliert.



Auch 2009/2010 sind die Produktionen der Colonia Media erfolgreich aufgefallen: Der „Tatort – Mit ruhiger Hand“ und die Komödie „Ein Schnitzel für drei“ (WDR/ARD) erfreuten sich auf mehreren Filmfesten großer Beliebtheit. Letztere Produktion ist im Mai 2010 auf Europas größter Leinwand im Dortmunder Stadion im Rahmen des Programms der Kulturhauptstadt

Essen zu sehen gewesen. Die Ausstrahlung des TV-Dramas „Zivilcourage“ in der ARD sorgte ebenso für Aufsehen wie die Dokumentation „Die Story: Nie mehr Müll“ und die Etablierung eines neuen Genres im TV mit „Wissen vor 8“.

## ARD Degeto<sup>®</sup>

### Degeto Film GmbH

Die Degeto ist die gemeinsame Filmeinkaufsorganisation der ARD. Im Jahr 2009 kamen aus ihrem Beschaffungsvolumen 299 Filme und 562 Serienepisoden im Wert von insgesamt 241 Millionen Euro im Ersten zum Einsatz. Diese Programme stehen wie der bereits bestehende Programmstock außerdem für Ausstrahlungen in den dritten Programmen, in 3sat, in ARTE, im KI.KA und in den digitalen Programmen zur Verfügung.



## Der Audio Verlag

### Der Audio Verlag GmbH

Der Audio Verlag (DAV) ist einer der führenden Hörbuchverlage im deutschsprachigen Raum mit Sitz in Berlin. Der DAV hat ca. 600 lieferbare Titel im Programm und hat im Jahr 2009 insgesamt 96 Neuerscheinungen herausgebracht. Zahlreiche Hörbücher wurden im Jahr 2009 mit Preisen ausgezeichnet: Neben dem Deutschen Hörbuchpreis für „Die Stammheim-Bänder“ wurde Fred Vargas und die Sprecherin Barbara Nüsse für „Der verbotene Ort“ mit dem CORINE 2009 für das beste Hörbuch prämiert.

Der Markt für Hörbücher stagniert, während der Absatz und die Anzahl neuer Titel weiter ansteigen. In diesem sich verschärfenden Marktumfeld hat der DAV den Vorjahresumsatz nicht erreichen können. Die Kosten wurden gegenüber Vorjahr und Plan erheblich reduziert und Risiken abgebaut. Für 2010 erwartet der DAV, dass er sich aufgrund des Ausbaus von Vertriebskanälen und entscheidender Spitzentitel (u.a. WDR-Hörspiele von Otfried Preußler und Michael Ende) behaupten und die Umsätze steigern wird.



### german united distributors/united docs GmbH

Die german united distributors ist eine ARD-Tochter und gleichzeitig die Dachgesellschaft der united docs. Sie verantwortet den internationalen Vertrieb von deutschen Publikums-erfolgen und Qualitätsformaten. Anfang 2009 haben sich die Gesellschafterverhältnisse wie folgt verändert: 25 Prozent Bavaria Media GmbH, 25 Prozent Studio Hamburg Distribution & Marketing GmbH, 25 Prozent SWR Media Services GmbH, 15 Prozent united docs GmbH und 10 Prozent WDR mediagroup GmbH.



### webCOLONY

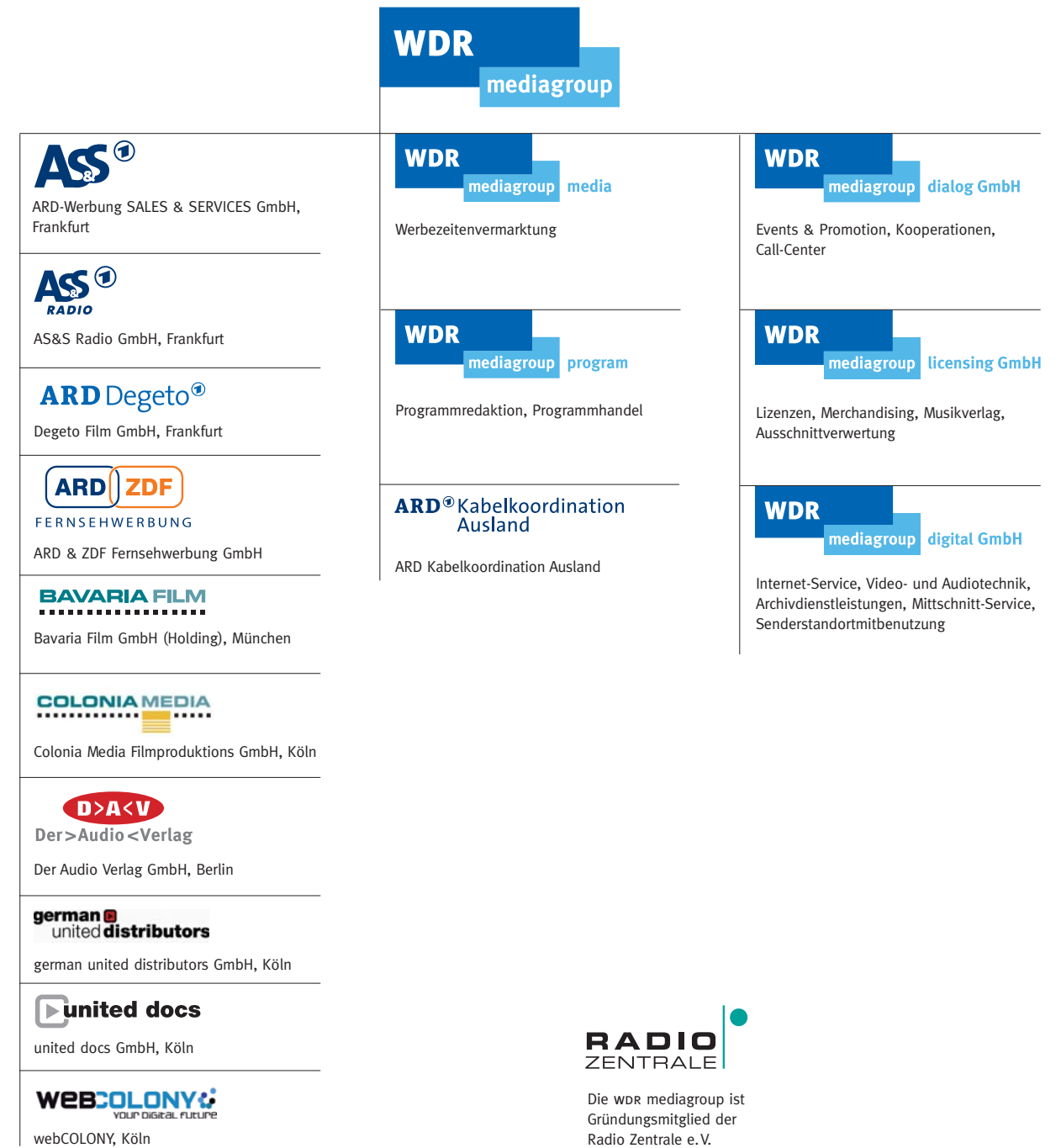
Die webCOLONY GmbH ist eine Full-Service-Internetagentur und wurde im September 2009 in Köln als gemeinsame Tochtergesellschaft der beiden Medienunternehmen Bavaria Film Interactive und WDR mediagroup gegründet. Ziel der webCOLONY ist es, die Expertise der beiden Muttergesellschaften in den Bereichen Internet und Bewegtbild in einer kleinen, schlagkräftigen Agentur zu verbinden. Die Gesellschaft befindet sich in der Aufbauphase und wird die Anzahl ihrer Mitarbeiter im Jahr 2010 weiter steigern.

## KLARE STRUKTUREN

Beteiligungsfirmen

Kerngeschäft

Töchter



Die WDR mediagroup ist Gründungsmitglied der Radio Zentrale e.V.

## AUFSICHTSRAT DER WDR MEDIAGROUP: KONSTRUKTIVE BEGLEITUNG

Der Aufsichtsrat der WDR mediagroup GmbH hat im Jahr 2009 die Aktivitäten der WDR mediagroup kritisch und konstruktiv begleitet.

Herr Reinhard Grätz (Vorsitzender bis Dezember 2009)

Herr Dr. Ludwig Jörder (stellv. Vorsitzender)

Herr Marc Jan Eumann (MdL)

Herr Hans W. Färber

Herr Lothar Hegemann (MdL)

Herr Msgr. Martin Hülskamp

Herr Michael Kroemer

Frau Andrea Langhans (bis Dezember 2009)

Herr Prof. Dr. Werner Lohmann

Frau Intendantin Monika Piel

Herr Herbert Reul, MdEP (bis Dezember 2009)

Herr Prof. Dr. Seidel

Herr Friedhelm Wixforth

Herr Wolfgang Schmitz (beratendes Mitglied)

Herr Joachim Boddenberg  
(beratend teilnehmend für den Betriebsrat der WDR mediagroup)

Herr Gregor Dupont  
(beratend teilnehmend für den Betriebsrat der WDR mediagroup)

### Herausgeber

WDR mediagroup GmbH  
Ludwigstraße 11  
50667 Köln  
Fon 0221 2035-127

[www.wdr-mediagroup.com](http://www.wdr-mediagroup.com)

### Schlussredaktion

Claudia Scheibel,  
Leitung Unternehmens-  
kommunikation  
WDR mediagroup

### Redaktion

Lars Tetzlaff

### Gestaltung

Annette Willig,  
[www.gestaltungswillig.de](http://www.gestaltungswillig.de)

### Bildnachweise

Jordi AG, Schweiz, Seite 9  
Thomas Brill, Seite 11  
ARD, Seite 12  
united docs/Rüppel +  
Fahrenholtz, Seite 14