

PRESSEMITTEILUNG

1/2

Internationaler Programmvertrieb

Der VIP-Faktor: WDR mediagroup präsentiert auf der MIPCOM adaptierbare Primetime-Formate mit prominenten Konzepten

Köln, 1. Oktober 2015. Zahlreiche erfolgreiche Primetime-Formate aus dem Umfeld des Westdeutschen Rundfunks (WDR) sind auf dem Sprung auf internationale Bildschirme. Auf der Programm-Messe MIPCOM (5. bis 8. Oktober 2015 in Cannes) präsentiert die WDR mediagroup (WDRmg) den Fachbesuchern aus aller Welt ihren erweiterten Formatkatalog. Gleich mehrere deutsche TV-Highlights stehen jetzt erstmals für internationale Adaptionen zur Verfügung. Was sie verbindet: das „Spiel“ mit Prominenten. Dazu gehören die innovative Ensemble-Comedy „Die unwahrscheinlichen Ereignisse im Leben von...“, das Format „Altersglühen – Speed Dating für Senioren“ sowie die Unterhaltungsshow „Frag doch mal die Maus“. Daneben ist die kommerzielle Tochter des WDR weiterhin auf Expansionskurs und akquiriert externe Partner, um ihren Formatkatalog sukzessive auszubauen.

Mit „Die unwahrscheinlichen Ereignisse im Leben von...“ bietet die WDRmg in ihrem Portfolio eine ganz besondere Comedy. Angesiedelt zwischen Sketch-Show, Musical und Sitcom steht in jeder Folge ein anderer Prominenter im Mittelpunkt, der seine imaginäre Welt von Comedians ergründen lässt - ein schräges und originelles Format für internationale Anbieter von innovativen Inhalten für Erwachsene.

In „Frag doch mal die Maus“ stellen sich prominente Rateteams den faszinierenden Fragen rund um Alltagsphänomene aus verschiedenen Wissensbereichen. Kinder präsentieren die Fragen mit Hilfe spannender Experimente und ihres ungeahnten Könnens. Seit 2006 ist die Show regelmäßig zur Primetime im Ersten zu sehen und erreicht durchschnittlich mehr als drei Millionen Zuschauer und Marktanteile von über 15 Prozent. Die Familienshow ergänzt im Portfolio der WDRmg die bestehenden Titel „Hirschhausens Quiz des Menschen“ sowie die Jugendformate „Kann es Johannes“ und „Wissen macht Ah!“.

„Altersglühen – Speed Dating für Senioren“ hingegen ist eine Produktion über 13 Senioren, die sich mittels Speed-Dating auf Partnersuche begeben. Die Schauspieler kennen nur die Biografien ihrer Figuren, sämtliche Dialoge werden improvisiert, keine der Szenen wird mehrfach gespielt. Der Dreh des deutschen Originals mit prominenter Besetzung konnte daher in nur zwei Tagen erfolgen. Die Erstaussstrahlung im Ersten erreichte über fünf Millionen Zuschauer, was einem Marktanteil von 16 Prozent entsprach.

„Egal ob für Kinder, Erwachsene oder die ganze Familie: Was die Vielfalt unserer Formate vereint, ist der hohe Qualitätsstandard. Das ist für das Publikum in Zeiten zunehmender Angebotsvielfalt ein wichtiges Kriterium zur Auswahl relevanter

Inhalte“, erklärt Stefanie Fischer, Bereichsleiterin Content bei der WDRmg. „Im Hinblick auf den künftigen Ausbau unseres Katalogs mit neuen Partnern sind unkonventionelle und kreative Konzepte für uns die ausschlaggebenden Kriterien, um ein Format in unseren internationalen Verwertungskatalog aufzunehmen.“

Die WDRmg ist auf der MIPCOM wieder Partner des Deutschen Pavillons am Stand P-1.F86.

Bildmaterial sowie Detailinformationen zu den einzelnen Formaten stehen zum Download bereit unter:

www.wdr-mediagroup.com/unternehmen/presse/aktuelles

Kontakt:

Claudia Scheibel
Stabsstellenleiterin Unternehmenskommunikation
Telefon +49(0)221 2035-127
presse@wdr-mediagroup.com

WDR mediagroup GmbH
Ludwigstraße 11 50667 Köln
www.wdr-mediagroup.com