

PRESSEMITTEILUNG

1/2

Programmvertrieb

Internationalisierung: WDR mediagroup mit neuem und erweitertem Programmangebot im German Pavilion auf der MIPTV

Köln, 7. April 2015. Für ihren Auftritt auf der Programm-Messe MIPTV (13. bis 16. April in Cannes) hat die WDR mediagroup (WDRmg) in diesem Jahr einen strategisch wertvollen Platz gewählt: Sie ist erstmals Partner des German Pavilion, einer zentralen Anlaufstelle für den internationalen Vertrieb deutscher Produktionen. Im Angebotskatalog präsentiert die WDRmg den internationalen Einkäufern neben Klassikern wie Maus und Elefant auch neue Programme für Kinder und Jugendliche.

Brandneu im Katalog der WDRmg und erstmals weltweit verfügbar sind zwei WDR-Produktionen: „Kann es Johannes“ (englischer Titel: „From Scratch to Pro“) ist ein Format für Kinder im Alter von 5 bis 12 Jahren, in dem sich der Moderator innerhalb von kurzer Zeit zum Profi in verschiedenen Sportarten trainiert. „Du bist kein Werwolf“ („You are not a werewolf“) für Jugendliche zwischen 9 und 15 Jahren setzt sich mit relevanten Fragen rund um Pubertät und das Erwachsenwerden auseinander. „Unsere Neuzugänge stehen exemplarisch für die Bandbreite, mit der wir sukzessive unser Angebot erweitern, um auf dem internationalen Markt mit einer Auswahl hochwertiger Produktionen zu überzeugen“, erklärt Stefanie Fischer, Bereichsleitung Content innerhalb der Programmverwertung der WDRmg. „Das Spektrum reicht dabei aktuell vom Vorschulprogramm bis zur Sendung für junge Erwachsene.“

Ebenfalls im Gepäck hat das internationale Verkaufsteam die WDR-Auftragsproduktion „Trudes Tier“ („Trude’s Flatmate“) sowie die WDR/WDRmg-Koproduktion „Bobo Siebenschläfer“ („Bobo“) nach den gleichnamigen Kinderbüchern. Außerdem wurden im Vorfeld zur MIPTV die deutschen Kinderklassiker „Die Sendung mit der Maus“ und „Die Sendung mit dem Elefanten“ neu konfektioniert, sodass diese nun in flexibler Zusammensetzung nach bewährtem Muster im 11-Minuten-Format unter den englischen Titeln „The Maus“ bzw. „Elefantastic“ verfügbar sind.

Die besondere Präsenz der WDRmg auf der MIPTV ist Teil der Internationalisierungsstrategie, auf deren Basis sich das Unternehmen mit dem Schwerpunkt Kinder- und Jugendformate mit Blick auf Programmvertrieb, Merchandising und Ko-Produktionen verstärkt für internationale Märkte aufstellt. An Stand P-1.F86 stellt die WDRmg dem Fachpublikum aus aller Welt vor allem ihr erweitertes Portfolio hochwertiger Kinderprogramme vor – und ist dabei unter anderem in Gesellschaft von Spiegel TV und den renommierten Vereinigungen AG Dok und German Films, die ebenfalls zu den Partnern des German Pavilion zählen.

Die Internationalisierung der Programmverwertung steht bei der WDRmg ganz oben auf der Agenda. Bereits zu Beginn des Jahres wurde das eigens gegründete Content-Team unter der Leitung von Stefanie Fischer personell aufgestockt. Zudem ist die WDRmg seit 2014 Sponsor der Verleihung der International Emmy Kids Awards in New York und schickt regelmäßig die Maus über den großen Teich auf den roten Teppich, um eine der begehrten Trophäen zu überreichen.

Bildmaterial sowie Detailinformationen zu den einzelnen Programmen stehen zum Download bereit unter <http://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