



'Macht, was euch einfällt'

"Macht, was euch einfällt"

Von Susanne Hagen
Neue Comedys, innovative Serien, interaktive Sendungen: Im WDR Fernsehen tut sich was. In einer Programmoftensive experimentiert der Sender mit neuen Formaten. Intendant Tom Buhrow und Fernsehdirektor Jörg Schönenborn stellten Details am 14. August in Köln vor.
WDR. Macht den Westen an" ist das Motto, nach dem WDR-Fernsehmacher aus verschiedenen Programmbereichen seit Monaten die Köpfe zusammenstecken. Das sogenannte Innovationsteam hat neuartige Fernsehformate entwickelt, die Zuschauer - vor allem die im Alter zwischen 35 und 55 Jahren - neugierig auf den WDR machen sollen.
Ab dem 24. August um 20:15 Uhr laufen deshalb Dutzende neuer Formate und Sendungen im WDR Fernsehen - außerdem gibt es überraschende Elemente und Aktionen im Regelprogramm. Das Projekt ist zunächst auf zwei Wochen ausgerichtet, einige Formate sind darüber hinaus zu sehen. Die Offensive ist auch eine Experimentierfläche für die Programmschema-Reform, die 2016 im WDR Fernsehen ansteht.
"Powerhaus" WDR
Der Auftrag für die Programmoftensive kam von ganz oben: "Ich habe immer gesagt: Experimentiert, macht was euch einfällt", schildert Tom Buhrow beim Pressegespräch in Köln. "Jetzt ist es soweit und wir senden zwei Wochen lang ein Feuerwerk!". Der Intendant unterstützt die Programmoftensive von Fernsehdirektor Jörg Schönenborn mit Geld aus seinem Verjüngungstopf.
"Innovation ist eines unserer wichtigsten strategischen Ziele", erklärt Jörg Schönenborn. Es gehe darum, Programm für die Zukunft zu gestalten. Deshalb sei die Aktion auch eine Möglichkeit, mit neuen Ideen zu experimentieren, ohne von vorneherein auf bestimmte Inhalte festgelegt zu sein. Das Jubiläum 50 Jahre WDR Fernsehen in diesem Jahr sei der perfekte Anlass für die Programmoftensive. "Ich habe meine Programmbereiche gebeten: Schickt die besten Köpfe. Daraus und durch die Kreativität aller Redaktionen sind mehr als 20 neue Sendungen entstanden. Wir zeigen, dass dieser WDR ein Powerhaus ist", so Schönenborn.
Neue Ideen, neue Verbreitungswege
Neben neuen Inhalten und ungewöhnlichen Ansätzen setzt der WDR auf vielfältige Verbreitungswege. Das crossmediale Projekt "Kurvenklänge" sei ein gelungenes Beispiel, so Jörg Schönenborn: Gemeinsam mit fünf Fußball-Bundesligisten aus NRW und deren Fans hat das WDR Funkhausorchester die jeweiligen Vereinshymnen eingespielt. Diese Stücke werden den Vereinen am 24. August übergeben und so Millionen von Fans im Netz erreichen. Im WDR Fernsehen laufen die "Kurvenklänge" selbstverständlich auch, zusätzlich wird ein "Making Of" gezeigt.
Die Verbindung von Fernsehinhalten und Internet spielt bei der Programmoftensive grundsätzlich eine besondere Rolle: zum Beispiel bei der Doku "#weltuntergang" aus User Generated Content zum Pfingstunwetter 2014, bei Online-First-Ausstrahlungen der neuen Serie "Meuchelbeck" oder bei "Mischen Impossible": In dem Format stellen YouTuber WDR-Archivmaterial neu zusammen.

Pressekontakt
Westdeutscher Rundfunk (WDR)
Appelhofplatz 1
50667 Köln
Deutschland
Telefon: +49 (221) 220-0
Telefax: 0221/220 - 4800
Mail: redaktion@wdr.de
URL: Http:// www.wdr.de

Pressekontakt

Westdeutscher Rundfunk (WDR)

50667 Köln

Http://wdr.de
redaktion@wdr.de

Firmenkontakt

Westdeutscher Rundfunk (WDR)

50667 Köln

Http://wdr.de
redaktion@wdr.de

17 Millionen Menschen in Nordrhein-Westfalen und ? per Kabel oder via Satellit ? viele weitere Millionen Hörer und Zuschauer können die fünf Radioprogramme und das umfassende Fernsehangebot des WDR in ganz Deutschland empfangen, über Satellit sogar in Europa. Der WDR ist für alle da, für Mehrheiten ebenso wie für Minderheiten. Das ist sein Programmauftrag als öffentlich-rechtliches Medienunternehmen