




Zwei Wochen Programmoftensive: Neue Impulse fürs WDR Fernsehen

Zwei Wochen Programmoftensive: Neue Impulse fürs WDR Fernsehen
Von Susanne Hagen
Das WDR Fernsehen erfindet sich neu - und hat am 24. August eine umfangreiche Programmoftensive gestartet. Unter dem Motto "WDR. Macht den Westen an!" liefern zwei Wochen lang zahlreiche neue Formate und Sendungen. Jetzt beginnt die Auswertung: Die Aktion soll vor allem Jüngeren wieder Lust aufs WDR Fernsehen machen.
Zwei Wochen "Feuerwerk" kündigte WDR-Intendant Tom Buhrow die Programmoftensive im August an. Umgesetzt hat sie ein Innovationsteam im Auftrag von Fernsehdirektor Jörg Schönenborn. "Für die Programmoftensive haben sich alle wahnsinnig engagiert und tolle Ideen umgesetzt", freut sich der Fernsehdirektor. "Das hat mich wirklich beeindruckt - und dafür sage ich: Danke!".
"Wir müssen mutig sein"
Wie erfolgreich die Offensive war, was gut lief und was weniger gut, werde in den nächsten Wochen ausgewertet. Zur Aktion habe es viele positive Rückmeldungen gegeben - sowohl von WDR-Zuschauern als auch von Mitarbeitern. Die Programmoftensive habe bei einigen aber auch Bedenken und Kritik an Formaten und Veränderungen ausgelöst. "Damit wollen wir uns ernsthaft auseinandersetzen und darüber diskutieren", so Schönenborn.
Die Programmoftensive solle Impulse setzen, um das WDR Fernsehen weiterzuentwickeln - auch vor dem Hintergrund der 2016 anstehenden Programmreform. Es gehe darum, wieder mehr jüngere Zuschauer zu erreichen. "Wir wollen Programm für alle machen, das ist unser Auftrag. Und dafür müssen wir mutig sein."
"Richtig Wumms erzeugt"
Jörg Schönenborn hatte zum 50. Geburtstag des WDR Fernsehens ein Innovationsteam im WDR beauftragt, Formate für die Programmoftensive zu entwickeln. Martin Hövel, Redaktionsleiter des ARD-"Morgenmagazins", hat das Team geleitet. Für ihn ist die Programmoftensive ein Experiment - mit aller Freiheit zum Ausprobieren, aber auch mit dem Risiko, mal anzuecken. Das macht ihm keine Sorgen, denn insgesamt kam die Aktion gut an.
"Das wichtigste Ziel war ein Signal: Hallo Publikum, hallo WDR-Team, wir wagen gemeinsam was Neues! Wir riskieren was, wir sind bereit zur Veränderung. Das ist angekommen. Mit der #machtan-Kampagne zur Programmoftensive haben wir alle Kräfte des WDR gebündelt und auf allen Ausspielwegen richtig Wumms erzeugt."
Beeindruckt war Hövel vom Engagement, mit dem alle ihren Beitrag zur Programmoftensive geleistet haben: "Diesen Elan können wir nicht mehr rückgängig machen. Viele Formate laufen auch jetzt noch weiter. Die Programmoftensive ist ein Anfang, von dem ein schöner Zauber für die Zukunft ausgehen soll. Dafür werden wir jetzt ackern."
Für die Programmoftensive hat das Innovationsteam unter anderem neue Formate wie die Stand-Up-Comedy "Das Lachen der Anderen", "Die Mockridges" oder Dokus aus User-Generated-Content entwickelt. Durchs Fernsehprogramm führte Anke Engelke als "Ansagerin 3.0" in Outfits der vergangenen 50 Jahre.
WDR-Intendant Tom Buhrow hat die Aktion mit Geld aus seinem Verjüngungstopf unterstützt.
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](http://wdr.de)
redaktion@wdr.de

Firmenkontakt

Westdeutscher Rundfunk (WDR)

50667 Köln

[Http://wdr.de](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