

Schlagzeilen der Woche

Die EU will DVB-H als Handy-TV-Standard durchsetzen

Die EU-Medienkommissarin Viviane Reding will einen einzigen Standard für Handy-TV in Europa. Sie plädiert für den Standard DVB-H, sagte sie auf der CeBIT. Ein einheitlicher Standard sei notwendig, um die Marktchancen in Europa zu nutzen. Das sieht die Kooperation aus Debitel, Freenet, Samsung, LG, ARD, ZDF, ProSiebenSat.1 und BigFM anders: Sie gründeten diese Woche ein Bündnis, um DMB voranzubringen.

RMS startet mit Plus ins Jahr

Der Radiovermarkter RMS hat das Vermarktungsjahr 2007 mit einem Plus begonnen. Im Januar und Februar erwirtschaftete der RMS-Verband laut Nielsen Media Research einen Gesamtumsatz von 118 Millionen Euro. Das entspricht einem Plus von 9,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Neuer Aufsichtsrat bei ProSieben steht jetzt fest

Götz Mäuser ist neuer Aufsichtsratsvorsitzender bei der ProSiebenSat.1 Media AG. Mäuser ist Partner beim Mehrheitseigner Permira. Unter anderem gehören dem Gremium an: Lord Clive Hollick (KKR), Robin Bell-Jones (Permira Advisors), Philipp Freise (KKR), Ulrich Gasse (Permira), Johannes Huth (KKR), Thomas Krenz (Permira), Harry Sloan (MGM).

Egmont Ehapa wächst im Magazinbereich

Der skandinavische Medienkonzern Egmont Group konnte Umsatz und Ebitda im Jahr 2006 um fünf Prozent steigern. Die Erlöse stiegen von 1,17 Milliarden Euro auf rund 1,24 Milliarden Euro. Der Gewinn vor Steuern lag bei 57 Millionen Euro. Zuwachs gab es bei den Magazinen in Dänemark, Norwegen, Schweden und Finnland. Auch die Division Kids & Teens verbesserte sich.

„Wetten, dass..?“ geht in die USA

Der US-Sender ABC hat die Formatrechte an der ZDF-Sendung „Wetten, dass..?“ erworben. In den nächsten drei Monaten wird ein Pilot gedreht. Die US-Version des Show-Klassikers ist als wöchentliche, einstündige Primetime-Sendung geplant.

Sprado will's wissen

Gruner + Jahr kooperiert mit ProSieben und kommt mit „Wunderwelt Wissen“: ein Sonderheft mit Potenzial.



Eigentlich wollte Hans-Hermann Sprado von Gruner + Jahr schon vor zwei Jahren ein populäres Wissensmagazin starten – in Kooperation mit dem Sender ProSieben. Doch *Galileo*, das Heft sollte so heißen wie die TV-Sendung, kam nicht – wegen der bevorstehenden Übernahme von ProSieben durch den Springer-Verlag, einem Konkurrenten von Gruner + Jahr.

An diesem Samstag startet Sprado – Herausgeber der P.M.-Gruppe – einen erneuten Versuch. *Wunderwelt Wissen* erscheint, vorerst ein Sonderheft, zum Preis von drei Euro und mit einer Druckauflage von 250 000 Exemplaren.



Wissensillustrierte
Kein Heft zur Sendung, aber ebenso unterhaltsam und bunt wie die ProSieben-Serie.

Erneut lehnt sich die Wissensillustrierte (Untertitel) an eine gleichnamige ProSieben-Sendung an. „Wir machen aber kein Heft zur Sendung“, sagt Herausgeber Sprado. Man versuche vielmehr, die Themenvielfalt und Tonalität der Sendung

ins Heft zu übertragen: Wissenschaft unterhaltsam und nicht aus dem Elfenbeinturm. Die Nähe zwischen Sendung und Heft wird schon auf Seite drei deutlich: TV-Moderator Robert Biebert hat das Editorial verfasst.

Der Verlag hofft, dass viele der *Wunderwelt Wissen*-Zuschauer am Kiosk zum Heft greifen. Dass so ein Markentransfer funktioniert, zeigt *Welt der Wunder*. Das Konkurrenz-Heft aus dem Bauer-Verlag kooperiert mit der gleichnamigen RTL II-Sendung, erscheint inzwischen monatlich und verkauft über 125 000 Exemplare. Gut möglich also, dass es nicht nur bei einer Ausgabe von *Wunderwelt Wissen* bleibt. *hvr*

Die Jacke für die Medienleute

Heike Hüning · Manchmal weht einem in der Film- und Fernsehbranche ein rauher Wind um die Ohren. Für diesen Fall gibt es jetzt eine eigens kreierte „Medienjacke“. Sie ist wetterfest, atmungsaktiv, windundurchlässig und bestückt mit vielen Taschen – mit Platz für alles, was man in der Wildnis so zum Überleben braucht. Die Idee für ein solches Kleidungsstück kam der jungen

Für stürmische Zeiten geeignet ist der Anorak.



Hamburger Modeschöpferin Heike Hüning, während sie beim Film arbeitete. Zusammen mit den Firmen W. L. Gore (Gore-Tex) und Fuchs & Schmitt entstand dann die Allwetterjacke.

Eigentlich ist die Jacke konzipiert für alle, die draußen arbeiten müssen: Regisseure, Schauspieler und Produzenten. Eine ganze Reihe von Kameraleuten preist das gute Stück auf der Homepage von Heike Hüning.

Aber bestimmt können sie auch andere bestellen, die gerne windabweisend arbeiten: Immerhin ist das Modell von der Steuer absetzbar. *se*

Fotos: Bettina Theisinger, Isabel Snyder/Los Angeles, RTL, Super RTL, www.jandbay.de