Siehe Seite 5 – DLM | Politik will Sponsoring bei ARD und ZDF beschränken

Brigitte
Die Marke für Marken.

kressexpress

Der "kressexpress" versorgt einmal am Tag die Profis in der Medien-, Werbe- und Kommunikationsbranche mit allen relevanten Meldungen aus der Print-, TV-, Digital- und Werbewelt. Das reicht Ihnen nicht? Dann kommen Sie auf "**kress.de**" die Seite wird täglich von 8 Uhr bis 24 Uhr aktualisiert.

16.03.2009

Und noch ein soziales Netzwerk:
AOL bringt Bebo nach Deutschland

AOL startet seine ursprünglich britische Social Community Bebo heute zeitgleich in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und den Niederlanden. Bisher ist Bebo in englischsprachigen Ländern sowie Polen zugegen und kommt nach eigenen Angaben international auf 22 Mio Unique User. In Deutschland will Bebo auf der Nutzerschaft von AOL und dem Instant Messager ICQ aufbauen, die ins Netzwerk gelotst werden soll. Bebo soll eine Art zentrale Anlaufstelle im Netz sein: Der „Weltempfänger“ sammelt die News Feeds verschiedener anderer Social Media Angebote, wie Facebook, MySpace, YouTube, Flickr, Twitter und Delicious. Auch eingehende E-Mails im AOL-, Yahoo- oder Google-Account werden angezeigt. Gegen Wettbewerber will sich Bebo außerdem mit seiner Open Media Plattform behaupten - umblättern!
Mehr

Heitkamp wird Küchenchef:
Schwillo verlässt "kochen & genießen"

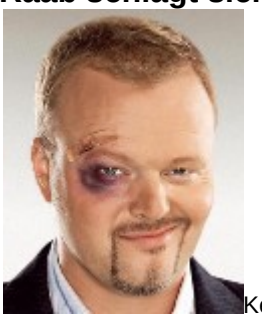
Gertraud Schwillo (Foto), 60, Chefköchin in der Redaktion von Bauers Kochzeitschrift "kochen & genießen" zieht sich aus dem redaktionellen Geschäft zurück. Zum 1. April übergibt sie das Zepter an ihren Stellvertreter Klaus Heitkamp, 53. Schwillo war rund 15 Jahre Chefredakteurin des Titels. Sie gehe nun auf eigenen Wunsch, weil sie in Zukunft mehr Zeit für ihr Privatleben haben wolle, heißt es in einer Bauer-Mitteilung. Schwillo werde der Redaktion allerdings weiterhin beratend zur Seite stehen. Derzeit ist Schwillo auch Herausgeberin der vier Food-Zeitschriften unterm Bauer-Dach ("kochen & genießen", "Tina Koch&Back-Ideen", "Rezepte Pur" und "Lecker"). Bereits im Juni 2008 übergab sie die Chefredaktion des einstigen "kochen & genießen"-Ablegers "Lecker" an Jessika Brendel. Nachfolger Heitkamp ist seit 2006 Sous-Chef unter

Schwillo.xxxx
Mehr

Der kress-Quotencheck (Samstag, Sonntag):
Bullys Schlossgeist verschreckt Tatort-Gespenst

Im Duell pummeliger Familienunterhalter vs. ernste Norddeutsche hatte Bully Herbigs "Hui Buh, das Schlossgespenst" die breite Nase vorn: 3,26 Mio junge Fans gaben in der Spielfilmschlacht am Sonntagabend dem computeranimierten Kinderbuchklassiker auf ProSieben den Vorzug (Marktanteil: 20,5%). Der Hannoveraner "Tatort: Gespenst" in der ARD kam zwar mit 8,79 Mio Gesamtzuschauern auf eine herausragende Gesamtreichweite (und wurde so Tagessieger am Sonntag), musste sich im direkten Vergleich mit 3,01 Mio Jüngeren aber ProSieben beugen (Marktanteil: 18,6%). Der dritte große Spielfilm, "The Day After Tomorrow" auf RTL, ließ lediglich 2,75 Mio Werberelevante frösteln (Marktanteil: 17,9%) und landete so sogar hinter der starken neuen "Navy CIS"-Folge auf Sat.1 (2,86 Mio jüngere Fans, Marktanteil: 17,8%). Am Samstag setzte Dieter Bohlens singender Wanderzirkus seine erfolgreiche Tournee fort: "Deutschland sucht den Superstar" trällerte sich mit 3,57 Mio jungen Fans an die Spitze. Mit einem Schnitt von 29,8% verpasste Dieter wieder nur knapp die 30-Prozent-Marke (Vorwoche: 29,9%). Alle Hintergründe zum TV-Wochenende und die aktuellen Marktanteile gibt's hier.
Mehr

Der kress-Quotencheck (Freitag):
Raab schlägt sich wacker


Kein Traumstart, aber alles andere als eine Enttäuschung: 1,97 Mio jüngere Fans ließen sich am Freitagabend von Stefan Raabs neuester Showidee "Schlag den Star", einer im Ausland abgewandelten Variante seines Klassikers "Schlag den Raab", überraschen. Mit einem starken Marktanteil von 17,3% kann ProSieben recht zufrieden sein, wenn der Neustart auch unter der Flughöhe des Mutterschiffs blieb. In der Primetime-Wertung war es für den Raab-Champion Stefan Effenberg ein Leichtes, den RTL-Konkurrenten "Wer wird Millionär?" (1,73 Mio junge Fans) aus dem Weg zu räumen. Günther Jauchs Quiz wurde mit 5,75 Mio reiferen Ratefüchsen allerdings Reichweitensieger beim Gesamtpublikum. Der Tagessieger bei den Werberelevanten ging an Jauchs Comedy-Kollegen, der mit seiner neuen Show "Willkommen bei Mario Barth" die meisten jungen Fans rund um die Knabbermischung versammelte (2,41 Mio Werberelevante, Marktanteil: 20,6%). Trotz der starken Show-Konkurrenz konnte sich die "Schillerstraße" auf Sat.1 erholen und landete mit 1,32 Mio jüngeren Fans wieder bei einem überdurchschnittlichen Marktanteil von 12,0% (Vorwoche: 10,3%). Alle Details zur Vox-Pleite, dem Krawall-Coup von RTL II und viel Brisantes mehr erfahren Sie hier!
Mehr

P R I N T k o m p a k t
Für Leichenliebhaber: Raptor lizenziert "Girls & Corpses"

Hart an der Geschmacksgrenze rangiert der Frankfurter Special-Interest-Verlag **Raptor Publishing**: Für ganz besondere Interessenten importiert Raptor zum 9. April das US-Satire-Blättchen "**Girls & Corpses**" (Foto: US-Ausgabe). Thema: Junge Damen entblättern sich und lassen sich anschließend mit Leichen aller Art ablichten, je nach Motto muss ein toter Weihnachtsmann oder auch eine aufgedunsene Wasserleiche herhalten. Zudem gibt's Reportagen, Interviews, allerlei Satirisches und Skurriles - offenbar aber keine Tabus. Laut den Machern sind die Leichen nicht echt, sondern stammen aus der Werkstatt eines Hollywood-Maskenbildners. Für die deutsche Ausgabe hat Raptor den Kriminalbiologen **Mark Benecke** im Boot, leidlich bekannt aus TV-Talks oder Event-Reportagen. Der Titel erscheint in einer Auflage von 40.000 Exemplaren, der Heftpreis liegt voraussichtlich bei 7,90 Euro. "Girls & Corpses" ist zunächst als einmalige Sonderausgabe des Raptor-Magazins "**Virus**" geplant – sollte die seltsame Satire hierzulande ihre Liebhaber finden, ist eine Fortsetzung möglich. In den USA findet das Blatt guten Absatz und wurde bereits mit diversen Preisen überhäuft. "**Mad**"-Macher **Al Feldstein**, **Ozzy Osbourne** oder auch Late-Talker **Jay Leno** haben das provokante Blatt bereits für gut befunden. Wer sich traut in diesem Umfeld zu werben: Eine Anzeigenseite kostet 2.000 Euro, Kontakt: Tim Lemke, 069/97788-21.

Verleger Alfred Neven DuMont über die Zukunft der Zeitung

"Ich glaube, wir werden in der Zukunft zurückschrumpfen als Zeitung, langfristig. Wir werden uns zum Teil elitär zurückentwickeln in unseren Zeitungen. Wir müssen besser werden, teurer werden." Verleger **Alfred Neven DuMont** im großen Interview mit der "Süddeutschen Zeitung" (Samstagsausgabe).

Bertelsmann verkauft Software-Tochter Empolis

Bertelsmann stößt das Software-Unternehmen **Empolis** ab, das bei der Konzerntochter **Arvato** angesiedelt war. Das berichtet das "Handelsblatt" (Montagsausgabe). Das Schweizer Datenmanagement-Unternehmen **Attensity Empolis** hat die Software-Firma rückwirkend zum 1. Januar übernommen, so das "Handelsblatt". Attensity Empolis wird vom früheren **IBM**-Manager **Ian Bonner** geführt. Bertelsmann-Manager **Stefan Wess** bleibt weiterhin Empolis-Chef. Der Verkauf sei aus strategischen Gründen notwendig gewesen. "Wir sind kein Softwarehaus", heißt es bei Bertelsmann.

"Cavallo" startet frisch gestriegelt ins Frühjahr

Der **Scholten Verlag** schickt sein Pferdemagazin "**Cavallo**" frisch gestriegelt ins Frühjahr. Ab der April-Ausgabe (ET: 13. März) erscheint das Heft in neuem Look und mit neuen Inhalten. Zu den Neuigkeiten gehört u.a. das Heft im Heft "Pferd Pur", eine Gesundheits-Rubrik ("von Hufpflege bis Fütterung") und die "Sprechstunde", in der Mediziner Leserfragen beantworten. Der Heftpreis bleibt unverändert bei 3,90 Euro. Der Scholten Verlag ist eine 100%-ige Tochter der **Motor Presse Stuttgart**. **Hannes Scholten**, Gründer von "Cavallo" und "**Pferdebörse**", hatte den Verlag Ende 2007 verlassen, seitdem zeichnet **Christine Felsinger** als Chefredakteurin für "Cavallo" verantwortlich (kress.de vom 27. November 2007).

jobaktuell
sucht
kress präsentiert ausgewählte Stellenangebote Mehr Angebote

R A D I O / T V k o m p a k t

Rach, Henssler, Mälzer und Wiener köcheln auf Cartoon Network

Der Pay-Kindersender **Cartoon Network** (**Turner Broadcasting**) legt eine eigenproduzierte Kochsendung für Kinder auf. Titel: "**Cartoon Network Topfrocker - Lasse tischt auf**". Das Format startet am 23. Mai, im Mittelpunkt steht der 10-jährige **Lasse**, der sich in jeder Folge von einem Promi-Koch zur Hand gehen lässt. Mit am Herd stehen **RTL**-Restauranttester **Christian Rach** und **ARD**-Neuankömmling **Tim Mälzer**, zudem **Steffen Henssler** und **Sarah Wiener**, bekannt vor allem aus der **ZDF**-Sendung "**Lanz kocht**". Besonders: Statt im Supermarkt besorgen sich Lasse und der Koch ihre Zutaten direkt an der Quelle - sie angeln also oder besuchen einen Bauernhof, um dem Kinder-Publikum noch was beizubringen. Zeitgleich kündigt Cartoon Network für den

Herbst mit "**Staraoke**" eine Karaoke-Show für Kinder an. Die Moderation sollen **Monrose**-Sängerin **Bahar Kizil** und VJ **Jan Köppen** übernehmen.

Politik will Sponsoring bei ARD und ZDF beschränken

DIREKTORENKONFERENZ DER LANDEMEDIENANSTALTEN Die Ministerpräsidenten wollen das Sponsoring bei **ARD** und **ZDF** ab der nächsten Gebührenperiode einschränken. Das gab **Martin Stadelmaier**, Chef der rheinland-pfälzischen Staatskanzlei und Mitglied der Rundfunkkommission der Länder, bei einem Symposium der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (**DLM**) bekannt. Ab 2013 - nach der aktuellen Gebührenperiode - soll Sponsoring im Programm von ARD und ZDF werktags ab 20 Uhr und an Sonn- und Feiertages verboten werden, wie bereits die Werbung. Die DLM fürchtet um die Gesundheit des dualen Rundfunksystems: "Das System droht in eine Schieflage zu geraten, die Wirtschaftskrise wirkt zusätzlich noch als Katalysator, die das Ungleichgewicht dramatisch beschleunigt. Eine Einschränkung des Sponsorings bei ARD und ZDF ist eine erste wichtige Maßnahme zur Stützung des dualen Rundfunksystems in Deutschland", so der DLM-Vorsitzende **Thomas Langheinrich**. Die Landesmedienanstalten begrüßen das Vorhaben.

HR richtet Drei-Stufen-Test-Ausschuss ein

Der Hessische Rundfunk (**HR**) hat einen Ausschuss für den Drei-Stufen-Test eingerichtet für die Zeit bis 2010. Er soll Gutachten in Auftrag geben, deren Ergebnisse analysieren und bewerten sowie eine Beschlussempfehlung für den Rundfunkrat entwerfen. Vorsitzender des Ausschusses ist **Jörn Dulige**, Vorsitzender des HR-Rundfunkrats. Zudem hat der HR neue Vorsitzende für seine anderen Ausschüsse gewählt: **Rolf Müller**, Präsident des Landessportbundes Hessen, übernimmt den Vorsitz des Fernseh-Programmausschusses. **Rolf-Dieter Postlep**, Präsident der Uni Kassel, wird Vorsitzender des Hörfunk-Programmausschusses. Für den Vorsitz des Finanzausschusses hat der HR **Dieter Weidemann**, stellvertretender Vorsitzender des HR-Rundfunkrats, auserkoren. In den ARD-Programmbeirat entsendet der HR **Walter Spieß**, Vorsitzender des Beamtenbundes Hessen.

D I G I T A L k o m p a k t

"mind-blowing": MelZoo startet Suchmaschine mit Seiten-Vorschau

Das amerikanische Unternehmen **MelZoo** startet eine Suchmaschine mit Preview-Funktion. Unter "MelZoo.com" werden in einem Split-Screen die Suchergebnisse gleich als Vorschau angezeigt. Die Seite ist bereits in einer Beta-Version online, die offizielle Präsentation ist für den 19. Mai angesetzt. Die Webseiten-Vorschau erscheint beim Mouse-over, es muss also nicht geklickt werden. Laut MelZoo ist die Technik nicht nur ein Vorteil für Nutzer, sondern auch für Werbungtreibende: Da die Suchenden die Ergebnisse vorher sehen könnten, würden sie lediglich auf für sie interessante Seiten klicken - so müssten Anzeigenkunden nur für relevante Klicks zahlen. MelZoo nimmt den Mund ganz schön voll: Die Preview-Funktion werde "MelZoo.com" zur Standard-Suchmaschine machen - andere Search Engines befänden sich noch im "Steinzeitalter". "MelZoo will

become one of the most mind-blowing mega projects ever on the internet", heißt es in der Ankündigung. Noch holpert die Technik allerdings ein wenig. MelZoo hat seinen Firmensitz in Kalifornien, CEO ist **Alex De Baker**.

Nugg.ad-Gründer Wagner steigt aus

Frank Wagner, Mitgründer und Vorstandsmitglied bei **Nugg.ad**, verlässt den Targeting-Anbieter. Die Trennung erfolgt im gegenseitigen Einvernehmen, so das Unternehmen. Der Posten soll nicht neu besetzt werden. Die verbleibenden Gründungsmitglieder **Stephan Noller** und **Klaus Kögler** kümmern sich künftig um alle Geschäftsbelange. „Nach drei spannenden wie erfolgreichen Jahren habe ich den Entschluss gefasst, meine Vorstandstätigkeiten zur Disposition zu stellen und aus dem operativen Geschäft der Nugg.ad AG auszuscheiden. Ich bleibe dem Unternehmen als Gründer und Gesellschafter mit meinem Herzen verbunden und verfolge auch darüber hinaus die anstehenden Veränderungen in unserer Branche mit Neugier und Engagement", so Wagner. Er verantwortete bei Nugg.ad zuletzt vor allem die Sparten Business Development und Internationalisierung, verstärkt von der Londoner Niederlassung aus. Davor war Wagner ebenfalls zusammen mit Noller beim Marktforschungsunternehmen **TNS Infratest**. 2006 gründeten sie gemeinsam mit Kögler Nugg.ad.

BVDW befördert Arbeitskreis "Connected Games" zur Fachgruppe

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (**BVDW**) gliedert den Arbeitskreis **Connected Games** als eigenständige Fachgruppe aus. Bislang war der Arbeitskreis innerhalb der Fachgruppe E-Content/E-Services angesiedelt. Den Vorsitz übernimmt **Marc Wardenga** (Foto, **SevenOne Intermedia**), dessen Stellvertreter macht **Tobias Berlin** (**Bigpoint**). Die Gründung der Fachgruppe Connected Games unterstreiche die Relevanz der Online-Games, so Wardenga. Die Fachgruppe will sich intensiv dem Jugendschutz, Marktforschung und Werbung in den Spielen widmen: "Es ist enorm wichtig, alle relevanten Marktteilnehmer der Online-Spiele-Branche zu versammeln, um gemeinsam aussagekräftige und allgemeingültige Marktzahlen zu erheben. Daher befassen wir uns zeitnah mit der Nutzung und Reichweite von Online-Games als zukunftsträchtiges Werbemittel", ergänzt der Vize-Vorsitzende Berlin.

FreeXmedia holt Samplatzki für Mobile Advertising

Sven Samplatzki, 35, verantwortet beim Online-Vermarkter **FreeXmedia** ab sofort das Geschäftsfeld Mobile Advertising. In der neu geschaffenen Position als Projektverantwortlicher Business Development Mobile Advertising verantwortet er sowohl die Vermarktung der mobilen "freenet.de"-Angebote als auch die Fremdvermarktung und die Weiterentwicklung neuer mobiler Werbeformen. Samplatzki kommt von "radio.de", wo er als Sales Manager die Vermarktung aufbaute. Davor arbeitete er u.a. als Projektmanager bei **OMG4CE**, der Interactive-Agentur von **OMD** Germany.

W E R B U N G / P R k o m p a k t

Kopflos: Agentur Santamaria verliert ihre Chefs

Die Hamburger Agentur **Santamaria** verliert ihre Führungsspitze: Sowohl die beiden Mitinhaber **Norman Störl** und **Holger Bultmann** als auch Co-Geschäftsführer **Joachim Fuchs** haben sich entschlossen, die Agentur zu verlassen. Schuld seien unterschiedliche Ansichten über die Zukunft von Santamaria

zwischen den Geschäftsführern und dem Mehrheitsgesellschafter **WPP**, der 51% an der Agentur hält. Wie es mit der Agentur, ihren Mitarbeitern und ihren Kunden weitergeht - unklar. Möglich ist u.a. die Überführung in die Schwesteragentur **JWT**. Santamaria wurde im Mai 2005 gegründet, beschäftigt derzeit rund 30 Mitarbeiter und arbeitet u.a. für die Kunden **Ritter Sport**, **Mitsubishi** und **Hermes**.

Kochs kehrt zu Ketchum zurück

Susanne Kochs (Foto), 38, kehrt als Leiterin des Brand Marketing Teams in die Geschäftsleitung der Kommunikationsberatung **Ketchum** zurück. Sie arbeitet im Münchner Büro für Kunden wie **Mattel**, **BMW**, **Pernod Ricard** oder **Lokalisten**. Kochs stieg bereits vor rund 10 Jahren in die Ernährungssparte von Ketchum ein und wechselte Ende 2007 zum Wettbewerber **Edelman**. Dort war sie vor allem für den Kunden **Microsoft** unterwegs. Vor Ketchum war Kochs u.a. für **Print Communications Consultants** und **Lego** tätig.

Präsidentenwechsel bei der GPRA

Die Gesellschaft Public Relations Agenturen (**GPRA**) hat den Vorstand neu gewählt: Vorsitzender ist jetzt **Alexander Güttler** (Foto) von der Agentur **Kommpassion**, sein Vize ist Heiko Kretschmer, Geschäftsführer **Johannsen + Kretschmer**. Zudem im Präsidium: **Uwe Kohrs** von **Impact** und Axel Wallrabenstein, Managing Partner von **Publicis**. Bei der Wahl auf der Hamburger Mitgliederversammlung stimmten 25 GPRA-Mitglieder mit Ja, jeweils vier Mitglieder lehnten den Vorstand ab oder enthielten sich der Stimme. Hintergrund: Ursprünglich kandidierte der jetzige Vize Kretschmer neben Güttler ebenfalls für den Vorsitz. Amtsvorgänger **Dieter Schulze van Loon** votierte, nebst einiger prominenter GPRA-Mitglieder, allerdings öffentlich für Güttler. Die beiden Kontrahenten einigten sich schließlich darauf das Kriegsbeil zu begraben.

Viral-Spot-Schau mit Lewis Hamilton und Steve Wozniak

Ja, Freunde lachen ist gesund! Wir haben wieder die populärsten, witzigsten und spektakulärsten Videos und Spots der vergangenen sieben Tage aus dem Netz gefischt:

Lewis Hamilton steuert Formel-1-Auto mit einem **Blackberry**, **Steve Wozniak** fegt übers Parkett, “Der Supercomputer” - Viral von **Samsung**, der wunderbare Kurzfilm “**World Builder**” und **Daft Punk** vs. **Schneewitchen**. Viel Vergnügen! Frühere Ausgaben der Viral-Spot-Schau gibt’s übrigens hier. Wer bei Werbespots immer auf dem Laufenden bleiben will, sollte die kress-Spotschau bookmarken.

Die Jobs der Woche.
In Zusammenarbeit mit Jobware: Die Jobs der Woche - Regelmäßig und aktuell eine Zusammenstellung der TOP-10 der Stellenangebote aus der Medienbranche.
http://www.kress.de/cont/topjobs.php

Ihr Newsletterprofil: EmpfängerID: 314849 Versand an: ulrike.oertel@t-online.de

Hier können Sie sich aus der Newsletterliste von kressexpress austragen.

Falls der Link nicht funktioniert, kopieren Sie diese URL in die Adresszeile Ihres Browsers:
http://www.kress.de/newsletter/austragen.php?email=ulrike.oertel@t-online.de&newsletter=1

Wie andere Newsletter wird kressexpress automatisiert verschickt. Bitte antworten oder schreiben Sie deshalb nicht an diese Mail-Adresse!. Der Computer würde Ihr Anliegen nicht verstehen! Für einen Kontakt zum kress-Verlag benutzen Sie die Adresse post@kress.de.