

Medium:	MEDIEN BULLETIN
Datum:	Ausgabe 09.2008
Titel:	Der Pay-TV-Sender „yourfamily“



## +++ Spartenkanäle +++

### Der Pay-TV-Sender „yourfamily“



Enid Blyton



Fix & Foxi



Urmel aus dem Eis

➔ „Fix & Foxi“, „Urmel“ oder „Dragon Hunters“: Was der im November 2007 gestartete Pay-TV-Sender „yourfamily“ bietet, sei „ein anerkannt gutes Unterhaltungsprogramm, das sich an Vorschulkinder, Jugendliche und abends in der Prime-Time an die ganze Familie wendet“, sagt Programmleiter Wolfgang Heidrich. Zu rund 75 Prozent offeriere „yourfamily“ Trickfilme, zu rund 25 Prozent „Live-Action-Filme“, wie Heidrich die speziellen „yourfamily“-Spielfilme nennt: etwa „Abenteuer Südsee“, „Die Robinsons“ oder „Air Bud“.

Prinzipiell kann der Sender auf einen Programmstock mit „3.500 Halbstunden“ zugreifen. Diese riesige Bibliothek ist zum größten Teil in der Zeit angelegt worden, als die heutige „Your Family Entertainment AG“ noch unter dem Namen „RTV“ Tochter des traditionsreichen, renommierten Spieleunternehmens Ravensburger AG war. Schon damals war Heidrich dabei und betont heute,

dass der einst an die Produktionen und Lizenzware angelegte Qualitätsanspruch uneingeschränkt beim Sender „yourfamily“ fortlebe. Dazu zählen Merkmale wie „keine Gewalt“, „kreativitätsfördernde Unterhaltung“, die Übermittlung von „sozialen Werten“,

eine an „Konfliktlösung orientierte Dramaturgie“: insgesamt also ein „unterhaltsames edukatives Programm“.

Was aus dem Portfolio jeweils am besten zu der Zielgruppe Vorschulkinder am frühen Morgen oder zu den 6- bis 10-Jährigen am Nachmittag passt, werde „sorgfältig ausgewählt“, sagt Heidrich und beschreibt damit das Programmierungskonzept für den 24-Stunden-Betrieb des Pay-TV-Senders, der sein Pro-

gramm überwiegend mit der Bibliotheksware der an der Börse in Frankfurt notierten Muttergesellschaft Your Family Entertainment AG (YFE) bestückt.

Der Grund, warum Heidrich bei der Programmierung des Senders nicht zu jedem Zeitpunkt auf jeden Film im Programmstock zugreifen kann: Der YFE-Rechtstock wird nach wie vor nicht allein über den unternehmenseigenen Pay-TV-Kanal ausgestrahlt und so direkt zum Endkunden gebracht, sondern weiterhin im Handel anderer Free-TV- und anderen Pay-TV-Sendern national wie international angeboten und als DVD oder Video-on-Demand ausgewertet und vermarktet. Mit dem Lizenzhandelsgeschäft hat YFE im Jahr 2007 immerhin einen Umsatz von rund 1,5 Millionen Euro gemacht und einen positiven Cashflow in Höhe von 438.000 Euro ausgewiesen. Allerdings hat sich der Umsatz im Vergleich zum Geschäftsjahr 2006 mehr als halbiert. Hauptgrund dafür ist, dass der Kölner Sender Super RTL sein spezielles YFE-Programmfenster geschlossen hat. Seit diesem Jahr wurde auch der Vertriebskooperationsvertrag mit EM.TV vorzeitig aufgelöst, da sich EM. Entertainment mittlerweile von seinem ursprünglichen Kerngeschäft – dem Handel mit Lizenzen für Kinder- und Jugendprogramme – verabschiedet hat.

Das Vorgängerunternehmen von YFE namens „RTV“ war weiland auch bei den Ups and Downs von EM. Entertainment mit beteiligt. So hatte RTV in der kurzen New Economy-Ära, als man der führenden TV-Produzent für Kinderprogramme in Europa werden wollte, pro Jahr sechs bis acht TV-Serien produziert. Ravensburger fuhr laut Presseberichten viele Millionen Euro Miese mit seinem Engagement ein und trat kurz vor der Insolvenz auf die Bremse – und aus der Unternehmung aus.

Nach rigorosem Konsolidierungskurs ist YFE mit seinen zehn festen Mitarbeitern heute neu aufgestellt. 79,97 Prozent der Aktienanteile gehören der Film & Medien Beteiligungs-GmbH (Wien). Dahinter steht der promovierte Medienökonom Dr. Stefan Piëch, ein Urenkel von Ferdinand Porsche und Neffe von Volkswagen-Aufsichtsratschef Ferdinand Piëch. Piëch, der sein Engagement mit den Worten begründet, „gerade Kinder hätten ein Recht, niveauvoll unterhalten zu werden“, ist mittlerweile selber YFE-Vorstand und damit auch Chef des Pay-TV-Senders „yourfamily“.

Man sei sich bewusst, so Heidrich gegenüber MEDIEN BULLETIN, dass der Pay-TV-Sender „keine schnelle Maschine zum Geldverdienen“ sei. Gleichwohl glaube YFE auch in digitalen Zeiten daran, dass ein „lineares wohl ausgewogenes Familienprogramm angenommen“ werde: „Die Eltern wissen, was sie bekommen“, argumentiert er. Als ein USP für „yourfamily“ im Wettbewerb mit anderen – zum Beispiel Free-TV-Kinder- und Familiensendern wie auch dem Internet-Angebot für Kids – hebt Heidrich hervor, dass das Label YFE für Programme stehe, „die sich an der Lebenswelt des Kulturraums Deutschland“ orientiere. „yourfamily“ sei noch ein „Newcomer“, betont Heidrich. Um das Abonnement-Geschäft in Zukunft direkt mit dem Endkunden aufblühen zu lassen, werde zunächst einmal eine größtmögliche technische Reichweite auf verschiedensten technischen Pay-TV- und Video-on-Demand-Plattformen für „yourfamily“ angestrebt.

■ Erika Butzek

### TECHNISCHE VERBREITUNG UND PAYOUT

Zu empfangen ist das Programm von „yourfamily“ bereits im Kabelkiosk-Paket „Family XL“ von Eutelsat/Telecolumbus, über die IPTV-Plattformen von „Arcor“, „Alice home TV“ und „Bluewin“ der Swisscom sowie über LIWEST (Österreich) und auch als Video-on-Demand-Angebot über das kostenpflichtige ProSiebenSat.1-Portal „Maxdome“. So kann das „yourfamily“-Programm über den Daumen gepeilt technisch potenziell aktuell von 100.000 Abonnenten-Haushalten empfangen werden.

Die Programmzusammenstellung und grafische Gestaltung des „Gesichts des Senders“ wird in den Münchner YFE-Büros über hauseigene Apple-Computer selber realisiert, von wo aus das Programm zu einer holländischen Firma geschickt wird, die das Payout verantwortet.