

Firmenporträt: H5B5 Media AG

# H5B5: Welt der Wunder und mehr



Es begann mit der Auslagerung von Redaktion und Produktionsteam der ProSieben-Magazinsendung »Welt der Wunder«, die sich mit Forschung, Wissenschaft und Technik beschäftigt. Die daraus mittlerweile entstandene H5B5 Media AG plant nun einen eigenen

bundesweiten TV-Sender in diesem Themenbereich, hat einen eigenen Imax-Film ins Kino gebracht, betreibt eine erfolgreiche Internet-Plattform und ist mit vielen weiteren Projekten auch international aktiv.

TEXT: C. GEBHARD, G. VOIGT-MÜLLER  
BILDER: H5B5, ARCHIV

**D**as ProSieben-Magazin »Welt der Wunder«, die Mutter von H5B5, läuft auch im sechsten Jahr sehr erfolgreich weiter. Der Moderator und H5B5-Vorstand Hendrik Hey erläuterte im Gespräch mit [www.film-tv-video.de](http://www.film-tv-video.de), mit welchen inhaltlichen Projekten und Kooperationen das Unternehmen wieder in die Gewinnzone gelangen soll.

»Welt der Wunder ist das dienstälteste Science-Magazin im deutschen Fernsehen und auch das erfolgreichste,« fasst Hendrik Hey zusammen, den die Zuschauer als Moderator des Magazins kennen, der aber auch Vorstand der H5B5 Media AG ist und zu den größten Aktionären des börsennotierten Unternehmens gehört. Der Erfolg von »Welt der Wunder« lässt sich in Zahlen fassen: Mit durchschnittlich 15 % Marktanteil in der allgemein als werberelevant betrachteten Alterszielgruppe von 14 bis 49 Jahren, ist »Welt der Wunder« tatsächlich das erfolgreichste Magazin seiner Art in Deutschland. Die Einschaltquoten des Magazins liegen deutlich über dem durchschnittlichen Marktanteil von Pro-



**Hendrik Hey ist Moderator von »Welt der Wunder«, Mitgründer, Vorstand und einer der Hauptaktionäre der H5B5-AG.**

Sieben und haben nach Unternehmensangaben eine weiter steigende Tendenz. »Im Jahr 2002 wollen wir den Marktanteil auf 16% steigern. Die Werbeauslastung des Formats liegt bei über 97 %,« führt Hendrik Hey aus. »Welt der Wunder« ist jetzt

sechs Jahre auf Sendung und Hey glaubt: »Die Sendung wird auch ihr zehnjähriges Jubiläum erleben.« Eine vollkommene Erfolgsstory also? Nicht ganz, denn wie viele andere Medienunternehmen auch, muss H5B5 derzeit im wirtschaftlichen Bereich eine Dürreperiode überstehen und rechnet für das vergangene Geschäftsjahr mit Verlusten. Aber um wieder in die Gewinnzone zu kommen, ergreift das Unternehmen neben den üblichen, konservativen Konsolidierungsmaßnahmen auch kreative inhaltliche Schritte, die in die Zukunft gerichtet sind. Dazu gehört der Ausbau der Internet-Plattform »weltderwunder.de«, die H5B5 zusammen mit ProSieben Digital im November 2001 in Betrieb nahm. Hierbei hat

**Auf der Website [www.weltderwunder.de](http://www.weltderwunder.de) führt die Redaktion des Magazins die Themen weiter. H5B5 will diese Plattform weiter ausbauen und mit Sponsoring, bezahlten Angeboten und weiteren Verwertungen der Inhalte finanzieren.**



welt der wunder



H5B5 laut Hendrik Hey noch große Pläne und der H5B5-Vorstand kann sich bei der positiven Einschätzung des Online-Potenzials auf günstige Marktforschungsdaten stützen: Die Zuschauer des ProSieben-Magazins sind demnach weit überwiegend männlich und haben eine hohe Affinität zu Online-Aktivitäten, die bei den Befragten an erster Stelle vor den Themen PC und Handy rangiert. Erst dann folgen andere Interessensgebiete wie Sport, Ausgehen, Urlaub und Zeitschriften.

Entsprechend hat die Internet-Plattform eingeschlagen. »Im Internet führen wir die Themen der Sendung weiter und bieten zusätzliche Informationen und Aktivitäten. Wichtig ist den Online-Nutzern dabei, dass die Original-Redaktion der Sendung auch die Web-Inhalte betreut,« skizziert Hey die Verbindung zwischen TV und Internet, »und es gibt auch eigene Themen auf der Website, die in der Sendung nicht, oder nicht ausführlich behandelt werden.« Bei der Finanzierung der Web-Aktivitäten setzen die Macher auf Bannerwerbung, aber auch auf »Partnerschaften«, also auf Sponsoring. So ist Genion Sponsor für den Bereich »Mobile Welt« von »weltderwunder.de«. Dort gibt es unabhängige, redaktionell aufbereitete News und Infos zum Thema mobile Telekommunikation im »Look and Feel« von »Welt der Wunder«. Das schließt durchaus auch wissenschaftliche Infos, Forschungsergebnisse und Technik-Hintergründe ein. Kostenpflichtige Angebote sind innerhalb von »weltderwunder.de« ebenso geplant wie die Vermarktung der Web-Inhalte auf DVD.

»Wir bekommen sehr viel Nachfragen aus dem Bildungssektor. Das sind von der Schülerseite Themen wie Hausaufgabenhilfe oder Material für Referate, viele Lehrer setzen Videoaufzeichnungen von »Welt der Wunder« oder unsere Web-Inhalte im Unterricht ein. Hier eröffnen sich ebenfalls Kooperations- und Vermarktungsmöglichkeiten, es wäre etwa denkbar, dass wir lehrplan-konforme Inhalte

zusammenstellen« sagt Hendrik Hey mit Blick in die Zukunft.

Die Marke »Welt der Wunder« hat die H5B5 Media AG im Jahr 2000 von ProSieben gekauft, der TV-Anbieter behielt lediglich die Senderechte am TV-Magazin. Diese Markenrechte will H5B5 neben der Web-Präsenz auch in anderen Bereichen nutzen. Der erste Anlauf, eine gleichnamige Zeitschrift zu etablieren, verlief zwar nicht erfolgreich, aber von einem Relaunch unter geänderten Vorzeichen verspricht man sich eine bessere Marktreaktion. Auch eine Buchreihe ist in Arbeit. Weiteres Projekt unter dem Markendach von »Welt der Wunder« ist die Kooperation mit dem Münchener Veranstaltungsort Forum der Technik, in dem H5B5 das Imax-Kino übernommen hat. Auf dieses Thema angesprochen, erläutert Hendrik Hey: »Hier könnte die physische Heimat von »Welt der Wunder« entstehen. Dabei muss man allerdings abwarten, wie sich das entwickelt und ob wir die passenden Partner finden, die wir für ein solches Projekt brauchen.«

Was ist das Geheimnis des Erfolgs von »Welt der Wunder«? Darauf hat Hendrik Hey verschiedene Antworten: »Wir sehen keine Barriere zwischen Information und Unterhaltung«, ist eine davon. Eine andere: »Wir haben keine Berührungängste.« Und auch: »Das inhaltliche Runterbrechen wird auch von der Expertenseite akzeptiert, solange das Ergebnis nicht falsch und der Beitrag nicht in einen falschen Zusammenhang gestellt wird.« Bei H5B5 beschäftigt sich eine zentrale Redaktion damit, wissenschaftliche und technische Themen mit Unterhaltungsanspruch verständlich und korrekt darzustellen. Das Ganze wird dann auch grafisch aufwändig und hochwertig aufbereitet, die H5B5-Tochter Circles&Lines ist im Bereich 3D-Computer-Animation und High-End-Grafik/Postproduction gestalterisch und technisch auf dem neuesten Stand.



**ProSieben besitzt die Senderechte an »Welt der Wunder«, die weiteren Markenrechte liegen bei H5B5.**

Was Hendrik Hey im Gespräch dezent und bescheiden verschweigt: Er kommt als Moderator bei den Zuschauern gut an, weil er nicht belehrende Wissensvermittlung betreibt, aber auch nicht jovial und anbietend rüberkommt.

Auf diesen Säulen hat die Sendung ein Renommee er-

reicht, das mittlerweile auch viele Türen öffnet und interessante Themen zugänglich macht, die anderen Redaktionen verschlossen bleiben.

Rund 30 Mitarbeiter beschäftigen sich bei H5B5 praktisch ausschließlich mit »Welt der Wunder«. Und was macht der ganze Rest der an die 200 Mitarbeiter von H5B5? Da sind viele weitere Projekte und Produktionen zu nennen, an denen die verschiedensten Departments und Tochterfirmen von H5B5 arbeiten: Weitere TV-Produktionen wie etwa »Was ist Was TV« auf Super RTL, ein Magazin das auf der gleichnamigen Kinder-Sachbuchreihe basiert, grob gesprochen also »Welt der Wunder« für Kinder. Im internationalen



Markt ist H5B5 mit der Serie »TimeSlot« vertreten, dem internationalen Pendant zu »Welt der Wunder«, das inzwischen in mehr als 20 Länder verkauft wurde. Weitere aktuelle Projekte sind die Science-Fiction-Serie »Ice-Planet« und die Planung der zweiten Staffel von »Was ist Was TV«.

Der von H5B5 produzierte Imax-Film »OceanMen« ist derzeit in den Imax-Kinos zu sehen, die weltweite Vermarktung läuft noch. Weitere Aktivitäten im Bereich des Large-Format-Kinos bestehen durch

**Mit »OceanMen« wagte H5B5 den Schritt ins Kino: im Imax-Format.**





Bei den Dreharbeiten zu **OceanMen**: Imax-Kamera im Einsatz.

das schon erwähnte Imax-Kino im Forum der Technik, aber auch durch die H5B5-Tochter Titan-Tec GmbH, die sich mit der Vermietung von eigen entwickelten Geräten für die Imax-Filmaufnahme beschäftigt.

Ein Projekt außerhalb von »Welt der Wunder« liegt Hendrik Hey aber ganz besonders am Herzen: TSN, Technology & Science Network. Das ist ein geplanter TV-Kanal, dessen Inhalt sich in der Formel »24-Stunden-Welt-der-Wunder« zusammen fassen lässt. Ein Sender, der mit Dokumentationen, Magazinen, Themenabenden als Alternative zu Discovery-Channel laufen soll, aber im frei empfangbaren Fernsehen, nicht im Pay-TV.

Eine Sendelizenz hierfür hat H5B5 schon erhalten und die Vorbereitungen sind laut Hendrik Hey auf inhaltlicher und technischer Seite so weit gediehen, dass er ganz entspannt ins Gespräch einfließen lässt: »TSN könnte innerhalb von 14 Tagen On Air gehen.«

Woran hängt's dann noch? Es fehlt am Geld: »Wir sind als H5B5 zu klein, um dieses Projekt alleine zu stemmen. Wir brau-

## Hendrik Hey: Beruflicher Werdegang



Hendrik Hey, Jahrgang 1965, hat eine journalistische Ausbildung inklusive Studium absolviert. Sehr viele Zuschauer kennen ihn als Moderator des Wissenschaftsmagazins »Welt der Wunder« bei ProSieben, das er seit März 1996 betreut. Hey ist Vorstand und mit 27 % Anteil einer der großen Aktionäre der H5B5 Media AG, die »Welt der Wunder« komplett für ProSieben produziert, aber auch an vielen weiteren Projekten arbeitet.

Berufliche Stationen von Hendrik Hey:

1985-1990: Studium der Germanistik und Publizistik in Düsseldorf und Berlin  
 1987-1988: Freier Redakteur beim SFB-Hörfunk  
 1989-1991: Freier Redakteur bei RIAS TV  
 1991-1992: CvD und Moderator bei Inforadio  
 1992: Redakteur beim Politikmagazin »Aktu«, Sat. I  
 1993-1995 Entwicklung, Produktion, Redaktion und Moderation der Dokumentarfilmreihe »Was geschah wirklich?«, Sat. I  
 seit 1996: Redaktion und Moderation des Doku-Magazin »Welt der Wunder«, ProSieben  
 1997-1999: Geschäftsführer der H5B5 Media GmbH  
 seit 1999: Vorstandsmitglied der H5B5 Media AG

chen einen Partner dafür und haben noch nicht den richtigen gefunden. Wir sind die optimalen Programmlieferanten und Dramaturgen für einen solchen Kanal, aber nicht die Vermarkter und nicht die Investoren.«

Kann so ein Sender funktionieren? Da ist Hey sehr zuversichtlich: »Discovery ist einer der stärksten Sender bei Premiere, das zeigt das Interesse des Publikums an einem solchen High-Quality-Doku-Sender. Außerdem braucht man keine riesigen Marktanteile, um einen solchen Sender profitabel zu betreiben, sondern kommt sogar mit Werten unter 1 % aus. Und die sind durchaus realistisch.« Hey sieht in einem solchen Sender auch einen wichtigen Impulsgeber für den Doku-Markt in Deutschland. »H5B5 könnte so einen Sen-

© Nonkonform GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Dieser Artikel wurde aus dem Online-Dienst [www.film-tv-video.de](http://www.film-tv-video.de) kopiert.



## H5B5: wirtschaftliche Infos zum Unternehmen

Nach Gewinnen in Höhe von fast 2 Millionen Euro im Jahr 2000 rechnet die H5B5 Media AG für das Geschäftsjahr 2001, dessen Zahlen Ende März 2002 vorgelegt werden, mit einem Verlust. Die H5B5-Aktie teilt das Schicksal praktisch aller Medienwerte am Neuen Markt, sie wurde im März 2001 für rund 16 Euro gehandelt, Anfang März 2002 hat sich der Kurs bei ungefähr einem Euro eingependelt.

Frank Winnenbrock, früher Aufsichtsratsvorsitzender und jetzt Finanzvorstand der H5B5 Media AG, sagte im Dezember 2001 zur Finanzsituation des Unternehmens: »Aufgrund der allgemeinen Marktlage in der Medienindustrie haben wir uns einen harten Konsolidierungskurs verordnet. Wir werden derzeit von Tag zu Tag schlanker, auf allen Ebenen, in allen Bereichen und sind damit für das kommende Jahr gut aufgestellt. Auch der Vorstand will sich dieser Notwendigkeit nicht verschließen.«

Deshalb verkleinerte die H5B5 Media AG Ende 2001 und Anfang 2002 den Vorstand und den Aufsichtsrat. Aus dem Vorstand schied Mitgründer Jan Hermann aus, aus dem Aufsichtsrat zogen sich Dr. Karl Rauser und Dr. Thomas Jasper zurück.

Somit sieht die oberste Führungsebene der H5B5 Media AG im März 2002 wie folgt aus:  
Vorstand Development: Hendrik Hey  
Vorstand Vertrieb und Finanzen: Frank Winnenbrock

Aufsichtsratsvorsitzender: derzeit vakant  
Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats: Gerd Berger

Weitere Mitglieder des Aufsichtsrats:  
Dr. jur. Bertin Pietsch, Berliner Landesbank, Berlin. Horst Seitz, geschäftsführender Gesellschafter AuditJurTax GmbH, München

Die H5B5 Media AG hat mehrere 100%-Töchter, darunter die Welt der Wunder GmbH, die H5B5 Studio GmbH, die Circles& Lines GmbH, die H5B5 Media Corp in den USA die wiederum weitere 100%-Töchter besitzt, die H5B5 Beteiligungs-GmbH und die H5B5 Digital GmbH.

der nicht vollständig mit Inhalten füllen, da besteht durchaus Bedarf und Raum für viele weitere Zulieferer.« Vergleiche man das Doku-Produktions-Volumen der BBC in Großbritannien mit den etwa gleich positionierten deutschen Sendern ARD und ZDF, dann werde klar, dass hier im deutschsprachigen Raum sehr viel brachliege.

An Ideen und Projekten mangelt es der H5B5 Media AG nicht. Und auch wenn das Unternehmen vom Zahlenwerk aus betrachtet nicht ganz so strahlend da steht, wie das Firmenlogo suggeriert, hat das Unternehmen damit Assets und Perspektiven vorzuweisen, die sich nicht immer in Nummern fassen lassen und die unter den an der Börse gebeutelten Medienunternehmen keineswegs Standard sind.

## Weitere Infos

Auf der folgenden Seite finden Sie eine aus verschiedenen Firmenquellen zusammengestellte Entwicklungsgeschichte von H5B5.



## H5B5 und »Welt der Wunder«: Entwicklung

### 1996

*Welt der Wunder:* Entwicklung und Launch des Wissenschafts- und Doku-Magazins auf ProSieben. Die Sendung ist seither erfolgreich On Air.

### 1997

*Unternehmen:* Gründung der H5B5 GmbH durch Hendrik Hey und Jan Herrmann.

*Welt der Wunder:* Erfolgreicher Launch der ersten CD-ROM. Im Laufe der folgenden Jahre entstanden 5 CD-ROMs mit Auflagen um die 500.000 Stück.

*Andere Produktionen:* Start der Entwicklung einer Science-Fiction-Serie mit dem Namen »Ice Planet«.

### 1998

*Unternehmen:* Erfolgreicher, 100%iger Management-Buyout des Formates »Welt der Wunder« und damit verbundenes Outsourcing durch ProSieben. Gründung des Inhouse Grafik-Departements Circles&Lines.

*Welt der Wunder:* Verlängerung der Sendezeit von 30 auf 60 Minuten und der Häufigkeit von 44 auf 52 Sendungen pro Jahr.

### 1999

*Unternehmen:* Umwandlung der H5B5 GmbH in die H5B5 Media AG. Aufbau europäischer und US-amerikanischer Kontakte.

*Andere Produktionen:* Launch des Millennium-Formates »History« als erster Lizenzproduktion. Produktionsstart des ersten deutschen Imax-Films »OceanMen«. Produktionsstart von »TimeSlot«, was so etwas wie das internationale Pendant zu »Welt der Wunder« ist.

### 2000

*Unternehmen:* Erfolgreicher Börsengang der H5B5 Media AG. Beantragung einer Sendelizenz für den geplanten Sender, der heute »Technology & Science Network (TSN)« heißt. Kauf der Gesamtmarkenrechte an »Welt der Wunder«. H5B5 erwirtschaftet rund 2 Millionen Euro Gewinn.

*Welt der Wunder:* Launch der DVD-Reihe. Entwicklung diverser weiterer Formate und Fiction-Stoffe.

*Andere Produktionen:* Produktionsstart des Pilotfilms »Ice Planet«, Fortführung der Produktion von »OceanMen« und der zweiten »TimeSlot«-Staffel.

### 2001

*Unternehmen:* Gründung eines eigenen Vertriebes. H5B5 erhält eine Free-TV-Lizenz für die analoge und/oder digitale Ausstrahlung eines bundesweiten Wissenschafts- und Technologie-Doku-Kanals TSN (Technology & Science Network). Kooperation mit dem Münchener Imax-Kino im Forum der Technik. Die Planzahlen müssen im laufenden Geschäftsjahr korrigiert, es muss mit einem Verlust gerechnet werden. Zum Jahresende wird der Vorstand umgebildet und ein finanzieller Konsolidierungskurs eingeschlagen.

*Welt der Wunder:* Launch der Buchreihe und der Internet-Plattform »weltderwunder.de«, letztere in Kooperation mit ProSieben Digital. Erster Anlauf zur Etablierung einer Zeitschrift.

*Andere Produktionen:* Fertigstellung des »Ice-Planet«-Pilotfilms und des Imax-Films »OceanMen«. Produktion und Fertigstellung der TV-Version von »OceanMen« (ProSieben) sowie diverser Dokumentationen für RTL, ARD, ZDF und Kabel I. Produktions- und Ausstrahlungsstart der zur gleichnamigen Kinder-Sachbuchreihe passenden Non-Fiction Reihe »Was ist Was TV« mit zunächst geplanten 26 Folgen à 30 Minuten für Super RTL. Produktions- und Ausstrahlungsstart des Formates »Klugbeißer« mit 200 Folgen à 5 Minuten, ebenfalls für Super RTL.

### Anfang 2002

*Unternehmen:* Abschluss eines Vertriebsrahmenvertrags mit der ARD-Tochter Telepool.

*Welt der Wunder:* Relaunch der Zeitschrift geplant. Ausbau der erfolgreichen Internet-Plattform »weltderwunder.de« begonnen.

*Andere Produktionen:* Planung der zweiten Staffel von »Was ist Was TV«. TSN ist in den Startlöchern.

