

INHALTSVERZEICHNIS

hr-Programmdirektorin Holzner im Interview 2
Thementag zur Senderfinanzierung 5

Debatte über Zukunft der Branche im OV Frankfurt 6
Rückblick auf 100 Jahre Radioprogramm 8

Geht eben nicht

Editorial: Um welchen Preis sich der Hessische Rundfunk mit der aufgeschobenen Anhebung des Rundfunkbeitrags arrangiert

Es ist so eine Sache mit den Finanzen beim hr. Das Schreckenswort „Sparen“ hat schon lange seinen Schrecken verloren. Über die letzten beiden Jahrzehnte hinaus wurde die Belegschaft regelmäßig damit bombardiert.

Die erste Sparrunde, an die ich mich erinnern kann, stammt aus dem Jahr 1989. Das war noch nicht wirklich dramatisch, doch dann brandete eine Sparwelle nach der anderen an. Ich komme auf sechs Konsolidierungsprogramme, das siebte war dann ein permanenter Sparkurs.



Dürfen's ein paar Cent mehr sein? Foto: ala

Und doch ist die Situation jetzt wirklich dramatisch, denn dem hr geht das Geld aus. Er ist der einzige Sender in der ARD, der negatives Eigenkapital hat, landläufig sagt man auch Miese! Dass nun erst einmal keine Erhöhung

des Rundfunkbeitrags kommt, und die monatlichen Einnahmen vorerst bei 17,50 Euro bleiben, ist mehr als misslich, denn auch bei einer Erhöhung auf 18,36 Euro betrüge die faktische Erhöhung gerade mal einen Cent.

Was also tun in dieser Situation? Sparen was das Zeug hält würde den Kritikern des öffentlich-rechtlichen Systems, allen voran der AfD in die Hände spielen. Denn die könnten dann schlussfolgern: Siehste, geht doch. Man muss denen nur den Geldhahn abdrehen, schon fangen sie an zu sparen.

Überhaupt nicht zu sparen ließe aber nicht nur bei der KEF den Eindruck entstehen, dass eine Erhöhung nicht notwendig ist, man kommt ja auch mit 17,50 Euro aus.

Programm einsparen hieße, den Auftrag nicht mehr in gewohntem Maße zu erfüllen. Das könnte auch die NutzerInnen und Beitragszahler auf den Plan rufen. Was geht also in dieser Situation? Investitionen, die nicht zwingend jetzt erfolgen müssen, könnten verschoben werden. Man könnte auch einen Stopp von Umbaumaßnahmen verhängen. Dann gibt es halt demnächst keine Open-Space



Landesvorsitzender Knud Zilian.
Foto: Wolfgang Kühner

Lösungen mehr. Die Mitarbeiter werden es verkraften. Die Führungskräfte hoffentlich auch.

Alles keine großen Aktionen, die Geld sparen, wird man verkünden. Doch wie sagt man so schön im Volksmund: Kleinvieh macht auch Mist!

Was alles (noch) geht in Zeiten schwindender Finanzen, Ressourcen und Akzeptanz und wie sich der DJV gegen diese Tendenzen stemmt – darauf wirft dieser Newsletter einige Schlaglichter.

IMPRESSUM:

Herausgeber: Deutscher Journalisten-Verband, Landesverband Hessen e. V. | Rheinbahnstraße 3 | 65185 Wiesbaden
V.i.S.d.P.: Knud Zilian
Redaktion: Andreas Lang (ala)

„Hallo, wir sind übrigens die ARD“

Gabriele Holzner, Vize-Intendantin des Hessischen Rundfunks, über die digitale Transformation im Sender und den Finanzierungsvorbehalt für Programminnovationen

Sie ist die Generalistin im Hessischen Rundfunk: Seit der Pensionierung von Hörfunkdirektor Heinz-Dieter Sommer im Sommer 2020 trägt Gabriele Holzner (60) die volle und umfassende Programmverantwortung für die Rundfunkanstalt mit Sitz im Frankfurter Stadtteil Dornbusch und im nordhessischen Kassel mit ihren Regionalstudios in Darmstadt, Fulda, Gießen und Wiesbaden. Nicht mehr nur für die Fernsehredaktion, die sie vor vier Jahren von Manfred Krupp nach dessen Aufstieg zum hr-Intendanten übertragen bekommen hatte, sondern darüber hinaus nun auch für die sechs Radioprogramme, die beiden Klangkörper und den immer breiter gefächerten Content auf den verschiedenen Online-Plattformen. Wir sprachen mit der neuen Vize-Intendantin über die digitale Transformation, über Programmfinanzierung unter Vorbehalt und Projekte in der Pipeline.

Frau Holzner, Sie sind seit einem guten halben Jahr Regisseurin für das gesamte Programm des Hessischen Rundfunks. Ist das nicht zu viel Last auf ihren Schultern?

Als Regisseurin würde ich mich nicht bezeichnen, eher als medienübergreifende Programmdirektorin. Und in dieser Funktion trage ich die Verantwortung glücklicherweise nicht allein – ich teile sie mit einem großen und starken Team. Die Bündelung aller Programmangebote in einer medienübergreifenden Programmdirektion sehe ich als Herausforderung und Chance zugleich. Sie reflektiert die neue Strategie des hr, unsere Nutzerinnen und Nutzer in den Mittelpunkt zu nehmen und nicht mehr in „Fernsehen“, „Radio“ und „Online“ zu denken.

Wir alle nutzen Medien doch sehr un-

terschiedlich: Manche hören morgens Radio, informieren sich über den Tag eher auf digitalen Medien wie hessenschau.de und schauen abends gern eine Doku, einen Film oder eine Konzertaufzeichnung, egal ob linear oder in der Mediathek. Daher ist es unser Job, all unseren Beitragszahlerinnen und Beitragszahlern die passenden Angebote auf den Auspielwegen anzubieten, auf denen sie unterwegs sind. Wir sind da, wo die Nutzerinnen und Nutzer sind. Dafür müssen wir diese Angebote und uns selbst immer weiterentwickeln und ausdifferenzieren, und auch mal etwas lassen, um Neues zu ermöglichen.

Um sich medienübergreifend aufzustellen, verfolgt der hr seit gut drei Jahren eine Strategie der digitalen Transformation, mit der sowohl im Frankfurter Funkhaus als auch in den Regionalstudios Strukturen in Units neu geordnet werden. Ziel ist es, medienübergreifenden Content zu produzieren. Segelt die Flotte auf dem richtigen Kurs?

Ja, wir sind auf dem richtigen Kurs. Das wichtigste Ziel ist dabei, für alle Zielgruppen Produkte zu entwickeln, die deren Bedürfnisse jeweils bestmöglich erfüllen. Die Strukturen folgen den inhaltlichen Herausforderungen, structure follows content, nicht umgekehrt. Wer muss mit wem eng zusammenarbeiten, wer sich mit wem besser vernetzen, welche vielfältigen Perspektiven braucht es für ein Produkt? Flexible Strukturen machen es einfacher, diese Fragen zu beantworten.

Dafür hat der hr als crossmediale Schaltzentrale den Programmbereich Hesseninformation unter der Ägide von Jörg Rheinländer installiert und richtet die fünf Regionalstudios nach und nach crossmedial aus. Für die ARD ist die Wetter-

*berichterstattung in einem Kompetenzzentrum in Frankfurt zusammengezogen worden, die bekannten Wetter-Moderator*innen moderieren seit einem Jahr von Frankfurt aus. Folgen weitere Konzentrationen?*

Ja, aktuell arbeiten wir daran, in Frankfurt ein Finanzkompetenzzentrum aufzubauen, in dem wir unsere Expertise beispielsweise in der Berichterstattung am wichtigsten Standort der deutschen und europäischen Finanzwirtschaft in einer Unit beim hr bündeln wollen. Bislang haben drei Redaktionen für Fernsehen, Hörfunk und Online berichtet. Von der Bündelung versprechen wir uns die Konzentration der gesamten Kompetenz sowie noch passgenauere Angebote für die anfragenden Redaktionen in der ARD und kurze, effektive Abstimmungswege. Die Sportredaktion arbeitet bereits erfolgreich als eine Einheit für alle Auspielwege.

Ein klassischer Parameter der Medienforschung ist die Messung der Markt-



First Lady des hr: Gabriele Holzner.

Foto: Katrin Denkwitz



Streit um eine Handvoll Münzen: Die Beitragserhöhung ist zunächst auf Eis gelegt.

Foto: ala

anteile bei den Fernsehzuschauern. Da hat der hr unter den Dritten im vorigen Jahr die rote Laterne behalten, mit deutlichem Abstand zu den weiteren sechs Sendern. Wie sehr frustriert das die Programmleiterin, die aus der Fernsehredaktion kommt?

Die gemessenen Zahlen zeigen nicht nur Schatten, sondern auch Licht. Im Vergleich zu 2019 konnten wir uns im letzten Jahr von 6 auf 6,3 Prozent steigern, es geht also in die richtige Richtung. In den jüngeren Zielgruppen verzeichnen wir eine steigende Resonanz und Akzeptanz, das stimmt mich optimistisch. Der bloße Blick auf die lineare TV-Nutzung ist verengt. Mediennutzung verändert sich immer schneller, und gerade die Jüngeren haben ganz andere Lebensgewohnheiten. Diese Generation wartet nicht auf den Start der Hessenschau um 19.30 Uhr. Wir sehen, dass sich jüngere Menschen ihre Informationen holen, wann immer und wo immer sie es wollen.

Welchen Auftrag leiten Sie daraus ab?

Wir leiten daraus einen sehr klaren, aber in der Umsetzung sehr komplexen Auftrag für uns Programmgestalte-

rinnen und Programmgestalter ab: Wir wollen unsere Formate gezielt auf diese zeitungebundene Mediennutzung ausrichten. Was das konkret heißt? Wir richten unsere Strategie immer mehr so aus, dass wir Formate jenseits der tagesaktuellen, regionalen Programmschiene speziell für die digitalen Ausspielwege optimieren und damit für die neuen Nutzungsgewohnheiten aufbereiten. Wir entwickeln und produzieren für die Mediathek und Audiothek, also für unsere eigenen digitalen Plattformen. Dort müssen sie erfolgreich sein. Zweitrangig wird, wo wir sie im linearen Sendeschema gut platzieren können.

Jünger, diverser, digitaler – das ist unser Anspruch, bei den Angeboten wie etwa auch bei der Zusammenstellung von Teams oder bei der Auswahl der zwölf neuen Volontärinnen und Volontäre. Denn nur Teams mit vielfältigen Perspektiven können auch Produkte für die Lebenswelt aller Hessinnen und Hessen herstellen.

Auch um den Preis, dass der hr in diesen Formaten gar nicht mehr erkennbar ist?

Der hr ist im Wandel. Wir entwickeln uns von einem linearen Sender zu einem mo-

dernen Kommunikationsunternehmen, das weiterhin in ganz Hessen verwurzelt ist und Angebote für alle Hessinnen und Hessen macht. Beim Aufbau einer starken digitalen Marke ist für mich entscheidend, dass die Inhalte verständlich sind und geschätzt werden und die Machart dazu animiert, sich auf die Suche nach weiteren Angeboten zu machen. Und auf Drittplattformen oder in den sozialen Netzwerken müssen die Menschen erkennen, dass dies öffentlich-rechtlicher Inhalt ist, indem wir in der Absenderkennung darauf hinweisen: Hallo, wir sind übrigens ARD oder ZDF und haben noch mehr im Portfolio, was deinen Geschmack treffen könnte.

Dringen Sie mit diesem Paradigmenwechsel durch, senderintern wie bei der jüngeren Zielgruppe?

Wir arbeiten daran, darauf zielen all die Reformen und Strukturveränderungen ab. Wir sind jung und neugierig genug, in vielerlei Hinsicht umzulernen und umzuschichten. Wir entwickeln neue Formate und neue Erzählweisen, aber wir geben dabei nicht unsere Identität auf. Die Art des Storytellings mag sich ändern, der Grundauftrag bleibt: einen Beitrag zu leisten zur Meinungsvielfalt, zum Zusammenführen und Zusammenleben der Gesellschaft und damit letztlich zur Förderung der Demokratie. Wir werden in diesem Transformationsprozess weiterhin Fehler machen. Ich will sogar, dass wir Fehler machen, um daran zu wachsen. Ich will nur nicht, dass wir denselben Fehler mehrfach machen.

Als ob Sie mit diesem Umbau nicht schon beschäftigt genug wären, müssen Sie auch noch darüber brüten, wie Sie diesen mit unverändertem Budget finanzieren. Wann das Bundesverfassungsgericht Ihnen mehr Geld zugestehen wird, ist völlig offen. Welche Konsequenz zieht der hr aus der aufgeschobenen Erhöhung der Rundfunkgebühr?

Bitte haben Sie Verständnis, dass wir dazu noch nichts Konkretes sagen kön-

nen. Die Geschäftsleitung berät sich derzeit in enger Abstimmung mit den Gremien, wie mit der Situation umzugehen ist. Wir werden Stand heute keine erkennbaren Einschnitte im Programm vornehmen, um den Einnahmeverlust auszugleichen. Wir überbrücken zunächst die Finanzierungslücke, indem wir Investitionen auf den Prüfstand stellen und Maßnahmen strecken.

Bedeutet das, dass Sie sich auch nicht bei der Auftragsvergabe an freie Mitarbeiter und externe Produzenten zurücknehmen werden?

Die Programmentwicklung folgt den bereits geschilderten grundsätzlichen Überlegungen. Sie richtet sich nicht primär an laufenden Finanzierungsdebatten aus. Jenseits davon wird mit den Tarifpartnern über strukturelle und nachhaltige Kostensenkungen und sozialverträgliche Lösungen gesprochen. Aber ja, Geld, was wir nicht haben, können wir auch nicht ausgeben, und gleichzeitig befinden wir uns mitten in einer Pande-

mie, die ebenfalls Zusatzkosten verursacht.

Welche herausragenden Zulieferungen ins ARD-Hauptprogramm sind vom hr in diesem Jahr als Eigenproduktionen zu erwarten?

Im linearen Programm sind wir fiktional mit drei Tatorten vertreten, zwei mit Ulrich Tukur als Felix Murot und einer mit dem Duo Wolfram Koch und Margarita Broich. Darüber hinaus sind – nach dem wie ich fand ausgezeichneten Dokudrama zum Fall Lübcke – große Filmproduktionen derzeit nicht geplant, wohl aber Dokumentationen. So werden die beiden Kompetenzzentren für Wetter und Börse Beiträge fürs Abendprogramm zu spielen, beispielsweise zum relevanten Thema Klimawandel.

Womit wollen Sie das Publikum im eigenen Sendegebiet überraschen?

Wir entwickeln spannende Digitalange-

bote, beispielsweise ein True-Crime-Format mit dokumentarischem Charakter für die Mediathek. Für die Podcast-Reihe „Echt jetzt? Überzeug mich in 18 Minuten!“, ein Streitgespräch-Format unter der Regie von hr-iNFO, haben wir gerade eine weitere Staffel mit sechs Folgen pilotiert. Für die Multimedia-Präsenz der Hessenschau erarbeiten wir einen YouTube-Auftritt. Und das Kulturmagazin „Titel, Thesen, Temperamente“, an dem der hr beteiligt ist, hat bereits einen Instagram-Channel, der die Marke von 100.000 Followern erreicht hat.

Worauf freuen Sie sich in diesem Jahr am meisten?

Auf spontane und leibhaftige Begegnungen mit Kolleginnen und Kollegen. In den erzwungenermaßen digitalen Konferenzen fehlt eine Dimension, die des direkten Miteinanders. Und für ein Live-Konzert im Sendesaal wäre es auch mal wieder an der Zeit.

Die Fragen stellte Andreas Lang.

Zur Person

Gabriele Holzner (60) ist Ende vorigen Jahres vom Rundfunkrat zur Stellvertreterin von Intendant Manfred Krupp gewählt worden. Gegenüber dem Branchendienst DWDL hat sie gerade Ambitionen angemeldet, ihn beerben zu wollen, wenn seine Amtszeit in einem Jahr abgelaufen sein wird. Krupp hatte bereits angekündigt, dann nicht mehr erneut für die Senderspitze zu kandidieren. „Ich werde mich dieser möglichen Herausforderung stellen“, kündigte Holzner nun an. „Ich glaube, dass mein gelebtes Selbstverständnis als Change Managerin dabei helfen könnte, in Zeiten komplexer werdender Auftrags- und Strukturdebatten um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk einen offenen, unverstellten Dialog zu führen – nach innen, um den Wandel zu gestalten, und nach außen, um Verständnis zu erzeugen.“

Die gebürtige Münchnerin ist nach ihrem Volontariat beim Bayerischen Rundfunk ans andere Ende der Republik umgezogen und hat für den Norddeutschen Rundfunk zunächst in Mecklenburg-Vorpommern und danach bei ARD-aktuell in Hamburg gearbeitet. Im Jahr 2000 übernahm Holzner die Leitung des Landeshauptstadtstudios des Hessischen Rundfunks. Wiesbaden verließ sie 2004 in Richtung hr-Zentrale in Frankfurt, wo sie die Fernsehnachrichten und ab 2010 die

Programmgruppe Kinder, Familie und Service leitete. Vor vier Jahren wurde Holzner zur Fernsehleiterin des hr berufen. Mit der Pensionierung von Hörfunkdirektor Heinz-Dieter Sommer ist diese Sparte in der crossmedialen Programmdirektion unter ihrer Regie aufgegangen.

Wie der Intendant hält sich auch seine Vize seit dem Eklat im Magdeburger Landtag weitgehend bedeckt mit Äußerungen zu den Folgen der zunächst ausgebliebenen Erhöhung des Rundfunkbeitrags um monatlich 86 Cent. Die ARD-Anstalten haben sich nach dieser Blockade recht schnell Zurückhaltung auferlegt, aus Respekt vor dem angerufenen Bundesverfassungsgericht, aber auch um die teils hitzigen Diskussionen nicht erneut anzufachen beziehungsweise zu trennen zwischen programmlicher Ausrichtung und faktischer Finanzierung. Sporadische Reformvorschläge wie etwa im Kulturradio des WDR oder zum Heben weiterer Synergien mit kleinen ARD-Anstalten wie dem Saarländischen Rundfunk werden von den Intendanten immer wieder mit dem Hinweis versehen, als Folge einer anhaltenden Unterfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Systems grundsätzliche strategische Überlegungen anzustellen.

Mit gebührender Zurückhaltung

Wie weit sich die ARD-Anstalten in der Warteschleife vorwagen –
Erster von vier Online-Thementagen des Bundesverbands



Informationsauftrag in disruptiven Zeiten.

Repro: ala

Die ARD hat's nicht leicht. Allen soll sie gerecht werden: den Kritikern, die sich immer lautstärker und verböhrt artikulieren; den Gebührenzahlern, die immer mehr special interest für ihr Geld erwarten; den gesellschaftlichen Gruppierungen mit ihren divergierenden Interessen in den Aufsichtsgremien; den Parteien, die sie über die Rundfunkstaatsverträge beauftragen.

Und als ob diese Lobbygruppen nicht schon genug Druck ausüben, müssen sich die Intendanten auch senderintern pressure groups stellen: den kleinen Anstalten, die ihren fair share über den Lastenausgleich einfordern; den Avantgardisten, die laut über Kooperationen bis hin zu Fusionen philosophieren; den Personalräten, die sich gegen Abstriche in der Produktion und Pressionen gegen das Personal stemmen. Unter solchen Rahmenbedingungen und möglichst

unbeeindruckt von den digitalen Offensiven von Netflix, Google, Amazon, Disney, Facebook oder Bild zuversichtlich zu bleiben, bedarf einer robusten Konstitution.

Dieser Eindruck einer getriebenen, aber vom Markt längst noch nicht vertriebenen ARD blieb am Ende des ersten von geplant vier Thementagen des DJV. Dieses Format hat der Bundesvorstand als Ersatz für die Workshops im Rahmen des ausgefallenen Bundesverbandstages Anfang November entwickelt. Sie sollten im Rahmen des coronabedingt Machbaren eine Möglichkeit zur inhaltlichen Diskussion eröffnen. Ein Vorteil der digitalen Debatte: Mit Radio Bremen-Intendantin Yvette Gerner und dem KEF-Sprecher Heinz Fischer-Heidberger konnten zwei Fachleute ohne großen Aufwand zugeschaltet werden. Deren Nach-

teil: Über reine Frage-Antwort-Runden kam diese Schalte nicht hinaus, ein kontroverser Austausch kann so nicht initiiert werden. Die 70 Angemeldeten, geschätzt die Hälfte davon Funktionäre, mussten sich im Wesentlichen mit der Rolle des Zuhörers begnügen.

Und bekamen sattsam bekannte Positionen zu hören. Etwa dass es allerhand sei, was sich die aufmüpfige CDU-Fraktion im Magdeburger Landtag da erlaubt, weil das Bundesverfassungsgericht den Bestand der öffentlich-rechtlichen Sender garantiert. Und die KEF schon spitz und unzweifelhaft berechnet hat, wie viel die Rundfunkfreiheit dem Gebührenzahler wert sein müsse. Dies mit einer Programmdebatte zu verquicken, sei unpassend, Punkt. Eines der Postulate, die nicht mehr gottgegeben



Selbstvergewisserung in herausfordernden Zeiten.

Foto: ala

hingenommen werden. Es wird vielmehr zu einer Position erhoben, die – nicht nur zur Legitimierung der Öffentlich-Rechtlichen – des öffentlichen Diskurses bedürfen, der nach dem Aufbegehren im Dezember mittlerweile wieder weitgehend verstummt ist.

Zurück bleiben die düpierten Landesrundfunkanstalten, die sich zaghaft wieder in die Offensive wagen. Etwa mit den halblauten Überlegungen von SWR-Intendant Kai Gniffke über eine noch engmaschigere Vernetzung mit dem Saarländischen Rundfunk. Beileibe keine neue medienpolitische Debatte. Aber die Beißreflexe haben auch Gniffke gleich wieder zurückzucken lassen.

Gebissen hat die Intendantin der zweiten potenziellen Übernahmekandidatin Radio Bremen im Gespräch mit dem DJV-Bundesvorsitzenden Frank Überall nicht. Sie hat aber unmissverständlich zu verstehen gegeben, warum der kleine Sender im Norden

bleiben will wie er ist: unabhängig und regional verwurzelt. Ihre Anstalt tritt nun gewissermaßen in Vorleistung, plant optimistisch Ausgaben für Programm und Verwaltung mit den erwarteten Mehreinnahmen aus einem erhöhten Rundfunkbeitrag. Investitionen müssten zwar gestreckt, Projekte, etwa im Vorfeld der Bundestagswahl, aufgegeben werden, aber ansonsten zieht die Karawane erst mal weiter. Immerhin haben 15 Landesparlamente grünes Licht gegeben, und das Bundesverfassungsgericht gesteht grundsätzlich eine angemessene Finanzausstattung für einen unabhängigen Rundfunk zu.

Andere Senderanstalten wollen anderswo den Gürtel enger schnallen: Der WDR streicht im Programm (etwa im Kulturradio), SWR-Intendant Kai Gniffke will genannte Synergien mit dem Saarländischen Rundfunk heben, das Deutschlandradio kündigt die Tarifverträge und schränkt den Netzausbau ein.

Auf Basis der aktuellen (Minder-)Ausstat-

tung werden die Defizite ab 2022 sichtbare Bremsspuren im Programm hinterlassen, prognostizierte Fischer-Heidberger. „Es geht ans Eingemachte“, pflichtete Radio Bremen-Chefin Gerner ihm beim DJV-Thementag bei. „Es gibt aber keinen Grund, in Alarmismus zu verfallen.“ Ein schwacher Trost für alle, die nun mit gebremster Kraft produzieren, eine herbe Ernüchterung für die Freien, die mit weniger Aufträgen rechnen müssen. Radio Bremen nimmt für sich in Anspruch, seine Freien auf nahezu stagnierendem Niveau beauftragen zu können. Geld für neue Projekte fordere aber auch der kleine Sender seit geraumer Zeit nicht mehr bei der KEF ein. Innovationen im Programm, wie etwa der digitale ARD-ZDF-Jugendkanal funk, müssten der Vorgabe aus der Politik gemäß aus dem Bestand gestemmt werden.

Perspektiven sehen anders aus. Finanziell soll nun das Bundesverfassungsgericht eine solche eröffnen, am besten garniert mit medienpolitischen Empfehlungen und Entwicklungsgarantien. Aber damit mag die Grundsatzdebatte über die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Systems im Lauf dieses Jahres belebt werden. Erledigt hat sie sich noch lange nicht.

Andreas Lang

Risiken und Nebenwirkungen

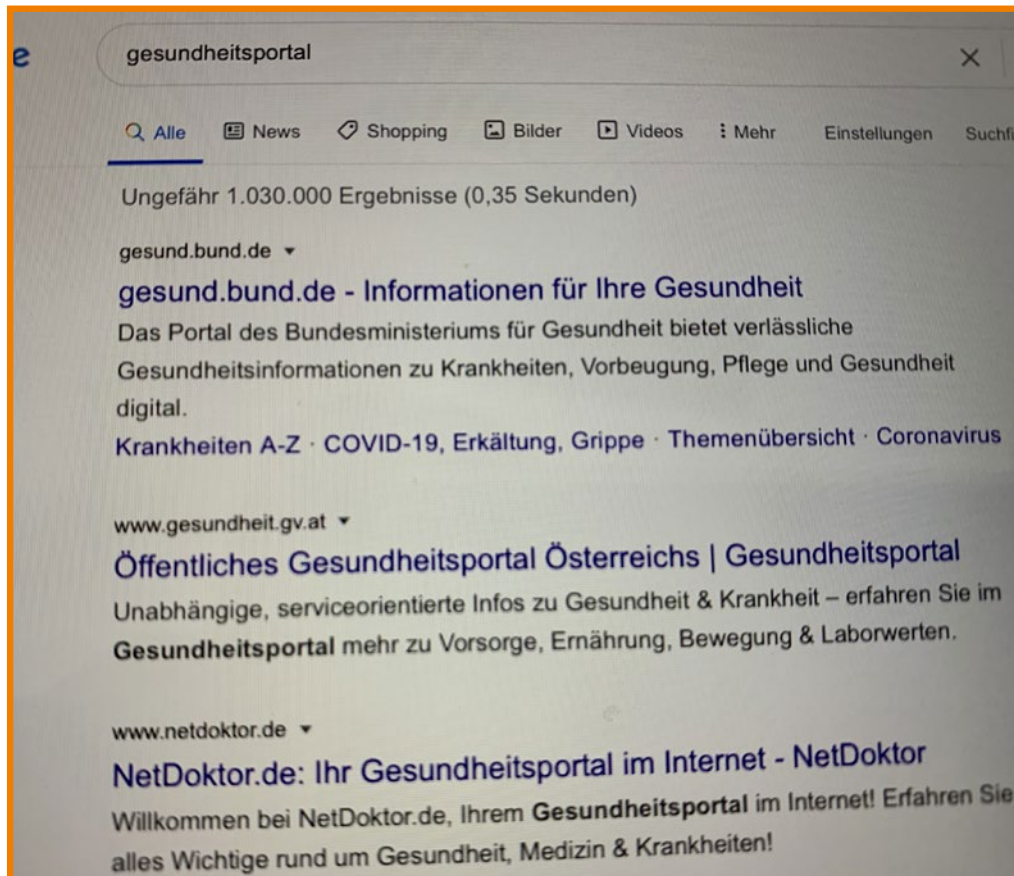
Meinung: Wie der Ortsverband Frankfurt es mit den Big Five aus dem Silicon Valley aufnimmt – zumindest in einer Grundsatzdebatte

Das Urteil des Landgerichts München hätte für Ina Knobloch, die Vorsitzende des Ortsverbands Frankfurt, zu keinem besseren Zeitpunkt gesprochen werden können. Wenige Stunden vor ihrer Debatte mit ZDF-Chefredakteur Peter Frey, hr-Programmdirektorin Gabriele Holzner und der grünen Landeskulturpolitikerin Mirjam Schmidt zu nichts weniger als der Zukunft des Journalismus hatten die Richter im Süden des Landes schon mal Grenzen der publizistischen Freiheit aufgezeigt. Demnach darf der Bundesgesundheitsmi-

nister nicht mal eben so einen Deal mit Google abschließen, um sein amtliches Medizinportal auf einschlägigen Seiten der Suchmaschine an wissenschaftsjournalistischen Einträgen vorbei zu lancieren.

Gegen eine solche suchalgorithmische und quasimonopolistische Bevorzugung hatte das Medienhaus Burda erfolgreich geklagt. Angesichts solch wettbewerbsverzerrender Pläne packte auch Knobloch bei der virtuellen Diskussion unüberhörbar der heilige

Zorn. Die beiden Vertreter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks assistierten ihr nach Kräften. Geht es bei ARD und ZDF doch seit Jahr und Tag auch um die Frage, wie, wie viel oder wie wenig sie im Netz publizieren dürfen, auf welchen Plattformen sie mit welcher Anmutung unterwegs sein dürfen. Der Clinch mit den Zeitungsverlagen um die Wortanteile der Sender ist kaum befriedet, die übermächtige Konkurrenz aus dem Silicon Valley kaum unisono beschworen – da werden Pläne des Bundesgesundheitsministers be-



Vorbeigedrängt: Die Kooperation des Gesundheitsministeriums mit Google stößt auf energische Reaktionen - in der Branche und vor Gericht. *Repro: ala*

kannt, mit einem dieser Giganten eine Allianz zu schmieden, um öffentlicher Aufklärung Aufmerksamkeit an vorderster Stelle zu verschaffen.

Eine Marktmacht, die erst – oder wenigstens – von einem Gericht gestoppt wird. Der man – so waren sich die Diskussionsteilnehmer einig – schon viel früher, konzertierter und energischer hätte Einhalt gebieten müssen. Die aggressive Expansion der Social-Media-Giganten müsse dringend reguliert werden. So wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk über die Aufsichtsgremien kontrolliert werde, so müssten auch die digitalen Big Five Google, Amazon, Facebook, Apple und Microsoft (GAFAM), weit über nationales Kartellrecht hinaus beaufsichtigt werden, weil sie nicht nur als Technologie-Konzerne auftreten, sondern auch Meinung mehr oder weniger gefiltert

transportieren.

Die Vize-Intendantin des hr stemmt sich noch nicht mal gegen Auflagen zur Entfaltung ihres Senders im Netz. Holzner will sich aber auch nicht an die Wand drücken lassen. In einem bemerkenswerten Transformationsprozess erschließen sich die lange als verschnarrt dargestellten Anstalten dort neue Zielgruppen und ziehen den ein oder anderen User ins lineare Programm. Mit allen Geburtswehen und mit aller Fehlerkultur, die solche Prozesse begleitet. Aber auch mit zunehmender Aufmerksamkeit und Resonanz. Und sie erwartet, dass der politisch definierte Senderauftrag immer selbstverständlicher bedeutet, dass der hr sein Publikum dort erreichen kann, wo es sich aufhält, also vermehrt online. „Wir müssen unsere Inhalte auf den Plattformen machen

dürfen, auf denen sich die Menschen bewegen“, fordert die Programmdirektorin unverdrossen. Nicht grenzenlos, aber auch nicht mit Knebeln, die anderen Akteuren nicht angelegt werden.

Funk, das digitale Angebot von ARD und ZDF für junge Erwachsene, hat laut ZDF-Chefredakteur Peter Frey einen Bekanntheitsgrad, der mit der Konkurrenz munter mithalten kann. Er beneidet die Kollegen der ARD aktuell, die Ressourcen haben, um mittlerweile auch Plattformen wie TikTok zu bespielen; mit der Nebenwirkung, dass junge Zuschauer die Tagesschau einschalten.

Überhaupt seien die Akzeptanzwerte der Öffentlich-Rechtlichen hoch wie lange nicht mehr, stellten die beiden Repräsentanten übereinstimmend fest – allem schärfer werdenden Gegenwind der Medienkritiker zum Trotz. Das ist auch der ausgiebigen Corona-Berichterstattung zu verdanken. Bei der haben der Widerstreit der wissenschaftlichen Thesen und Argumente und daraus resultierende Irritationen nicht so sehr abschreckend oder frustrierend gewirkt. Vielmehr hätten die Sender bei der Einordnung und Gewichtung ihre Stärken ausspielen können.

Wie hat es Gabriele Holzner so treffend auf den Punkt gebracht: „Ich möchte mich mehr mit denen, die uns im Grundsatz akzeptieren, darüber auseinandersetzen, wie wir noch besser werden können. Ist es nicht das Wesen der Demokratie, dass wir Argumente austauschen, uns auf eine Richtung einigen und uns korrigieren, wenn wir auf diesem Weg das Ziel nicht erreichen können?“ Einsicht und Überzeugung anstatt Dogmatik und Kakophonie – klingt nach einer Strategie.

Andreas Lang

Musik liegt in der Luft

Rückblick: Vor 100 Jahren ist das erste Radiokonzert ausgestrahlt worden – Pionier Hans Bredow prägte auch den Hessischen Rundfunk

350 Milliarden Reichsmark – diese Gebühr hat Wilhelm Kollhoff für ein Jahr Radiohören anstandslos bezahlt. Der Berliner Tabakwarenhändler war Ende 1923 der erste angemeldete Rundfunkempfänger in der (Weimarer) Republik. Hyperinflation bedingt hat er sich den Hörerlebnis diese immense Summe kosten lassen. Gut drei Jahre zuvor, zu Weihnachten 1920, wurden von Königs Wusterhausen aus die erste Rundfunksendung produziert, ein Weihnachtskonzert.

Quote hat das Radio also zunächst mit Kultur machen wollen. Musikalisch talentierte Postbeamte griffen für das akustische Unterhaltungsprogramm der frühen 20er Jahre zu ihren Instrumenten. Hauptberuflich waren sie bereits mit der „drahtlosen Telegraphie“ vertraut, übermittelten Börsenkurse und Nachrichten als Dienstleistung der Reichspost an Zeitungsredaktionen und Unternehmen. Für solche Zwecke wurden Radiowellen erstmals zivil genutzt. Aber kein technisches Novum: Zuvor waren sie ein Kommunikationskanal im Ersten Weltkrieg. Die Heereszentralfunkstelle konnte über den Äther Mitteilungen und Frontberichte über weitere Strecken übertragen. Auch dabei wurden zwischen Funkprüchen und Kommandos schon unterhaltenen Elemente eingebaut. In Gefechtsphasen und zur Ablenkung wurde Lyrik deutscher Dichter rezitiert, Fortsetzungsromane wurden vorgelesen, Mundharmonikamusik eingespielt. Kopfschüttelnd begleitet und herablassend kommentiert von Kommandanten, die das technische Equipment für solche Zwecke nicht abnutzen wollten.

Zu verdanken ist die Kultivierung des Rundfunks dem Pionier Hans Bredow, später erster Vorsitzender des Verwaltungsrats des Hessischen Rundfunks. In seinen beruflichen Anfangsjahren hatte er ein Startup namens Telefunken übernommen, das

zunächst als „Gesellschaft für drahtlose Telegraphie“ firmierte. Als Leutnant setzte Bredow diese Technik an der Front ein, nach dem Friedensschluss in Versailles erkannte er früh das Potenzial der zivilen Nutzung von Radiowellen. Im Gegensatz zum amtlichen Charakter des Telegraphierens sah er die Übertragung eines Konzerts als reines Funken von Tönen von einem Sender ins weite Rund hin zu unzähligen Hörern. Bredow prägte damit eine Mediengattung. Der Rundfunk war geboren, vor nunmehr 100 Jahren.

Knapp drei Jahre nach der konzertanten Premiere, die bis nach Russland eine begeisterte Resonanz auslöste, startete das erste deutsche Radioprogramm, mit einer Funk-Stunde aus einer Berliner Dachkammer – Hauptsache hochgelegen, damit sich die Schallwellen möglichst ungehindert ausbreiten konnten. Im Online-Archiv des SWR sind diese ersten Stimmen, auch Bredows, kaum verzerrt und im Original zu hören: „Wir machen Ihnen davon Mitteilung, dass am heutigen Tage der Unterhaltungsrundfunkdienst mit Verbreitung von Musikvorführungen auf drahtlos-telefonischem Wege beginnt. Die Benutzung ist genehmigungspflichtig“ – von der ersten Sendestunde an.

In seinen Weihnachtsansprachen beschwor Bredow den friedensstiftenden Charakter des Rundfunks über nationale Grenzen hinweg. Ein frommer Wunsch, den die Propagandamaschinerie der Nationalsozialisten keine zehn Jahre später brachial über die Volksempfänger zerstörte. Als

letztere Bredows Mitarbeiter gleich nach der Machtergreifung in Konzentrationslager sperrten, bat der Chef Reichspräsident von Hindenburg, ihr Schicksal zu teilen. Das Schlimmste blieb ihm erspart, der geschasste Staatssekretär verbrachte 16 Monate im Untersuchungsgefängnis Berlin-Moabit.

Sein Rundfunk überstand auch diese düsteren Jahre, wenn auch mit einer unruhlichen Rolle. Bredows Visionen von den technischen Möglichkeiten des Massenmediums sind spätestens im digitalen Zeitalter weit überholt worden. 100 Jahre nach den ersten Experimenten mit Elektroden, Magneten und einer Telefonkapsel als Mikrofon sendet der Rundfunk auf einem ganz anderen Niveau. Erledigt hat er sich noch nicht. Wer mit Einführung des Bewegtbildes sein Ende heraufbeschworen hat, ist längst eines Besseren belehrt worden.

Mindestens als Begleitmedium ist Radio populär wie nie. Es hat mit musikalischer Unterhaltung begonnen, und die prägt die Nutzung bis heute. Zu Weihnachten kann – wie zu seiner Geburtsstunde – getrost weiterhin „Stille Nacht“ gespielt werden. Das läuft immer.

Andreas Lang



„Die Benutzung ist genehmigungspflichtig“: Modell aus den Jugendjahren des Radios.