

Protokoll

Öffentliche Sitzung des SWR-Landesrundfunkrats Baden-Württemberg
am Freitag, 25. Februar 2022, 9.00 – 12.20 Uhr
Videokonferenz (Microsoft Teams)

Anwesend

Althaus, Prof. Christel
Armbruster, Eva-Maria
Augustyniak-Dürr, Ute
Boser, Sandra
Bronner, Dr. Gerhard
Cerqueira Karst, Leandro
Dahlbender, Dr. Brigitte
Ehrenfeld, Eva
Frey, Daniel
Häffner, Petra, MdL
Hieber, Günther
Jehle-Mungenast, Kai
Jordan-Weinberg, Nora
Kaiser, Prof. Dr. Dr. h. c. Bastian
Kern, Catherine, MdL
Koziol, Prof. Dr. Klaus
Krueger, Andrea
Kugler-Wendt, Marianne
Lehmann, Margarete
Makurath, Michael
May, Nicola
Moritz, Doro
Pagel-Steidl, Jutta
Paraschaki-Schauer, Argyri
Perc, Dejan
Pfründer, Sarina
Podeswa, Dr. Rainer, MdL
Rapp, Dr. Regula
Reichhold, Rainer
Renelt, Sabine
Rietzler, Petra
Rosenberg, Solange
Rosenberger, Kai
Ruth-Klumbies, Anke
Şahan, Derya
Salomon, Alexander, MdL
Schweickert, Prof. Dr. Erik, MdL
Seiler, Peter
Springer, Monika
Staab, Christiane, MdL
Stechl, Hans-Albert

Anwesend

Stoch, Andreas
Strobel, Alexander
Süß-Slania, Gitta
Vitzthum, Dr. Anne Gräfin
Wald, Tobias, MdL
Walter, Joachim
Weckenmann, Ruth
Weiß, Erol Alexander
Wilske, Prof. Dr. Herrmann J.
Werner, Stefan
Wölfle, Sabine
Wolber, Melanie
Zellhuber-Vogel, Petra

Entschuldigt

Fleischer, Gundolf
Geibel, Karl
Gläser, Claudia
Herkert, Thomas
Holmberg, Cindy, MdL
Hoogvliet, Rudi
Iervolino, Rino-Gennaro
Kirchhoff, Prof. Dr. Renate
Nemeth, Paul
Rukwied, Joachim

Geschäftsleitung des SWR

Schneider, Stefanie

SWR Mitarbeiter*innen

Abazovic, Ramija
Beer, Astrid
Bößler, Christian (GPR)
Fritzsche, Kerstin
Gökeler, Birgit
Heilbrunner, Peter
Kallfaß, Claudia
Klute, Ingalena
Lange, Jana
Lüer, Rebecca
Mayer, Marie

SWR Mitarbeiter*innen

Mertz, Rüdiger

Oldenkott, Carola

Sappok, Carla

Schmidt, Dagmar

Schnaitmann, Alina

Tiyavorabun, Stefan (PR)

Protokoll

Barber, Klaus

Es sei ein schwarzer Tag für Europa, beginnt **die Vorsitzende Frau May**, am Tag nach dem Überfall Russlands auf die Ukraine und dem Ausbruch eines Krieges in Europa es falle schwer, eine ganz normale Sitzung abzuhalten, zugleich zeige sich, wie wichtig und wertvoll die Arbeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und seiner Gremien als Vertreter von Meinungs- und Pressefreiheit sei.

Sie begrüße die Landessenderdirektorin, die Hauptabteilungsleiter*innen, die Vertreterinnen des Personalrats und die Beauftragte für Chancengleichheit sowie alle Mitarbeiter*innen des Senders.

Sie stellt fest, dass zu der Sitzung mit Schreiben vom 11.02.2022 fristgerecht eingeladen worden sei. Die Beschlussfähigkeit des Gremiums sei gegeben, wenn mindestens die Hälfte seiner Mitglieder anwesend sei, das sei der Fall. Zu der Tagesordnung gibt es keine Einwendungen oder Änderungswünsche.

TOP 1 Genehmigung des Protokolls

Das Protokoll der LRR-Sitzung vom 12.11.2021 in Fellbach wird einstimmig angenommen.

TOP 2 Bericht der Vorsitzenden

Die Vorsitzende berichtet zunächst zum Entsendeverfahren, dass der Landtag von Baden-Württemberg Frau Christiane Staab als Nachrückerin von Frau Sabine Kurz benannt habe.

In einer kurzen Vorstellung legt **Frau Christiane Staab** dar, dass sie schon als Vorsitzende des Landeselternbeirats Mitglied des Rundfunkrats gewesen sei. Sie gehöre nun der CDU-Landtagsfraktion an, sei Juristin und Bürgermeisterin von Walldorf. Den öffentlich-rechtlichen Rundfunk sehe sie als eine herausfordernde Aufgabe.

Auch die Liga der freien Wohlfahrtspflege, so **die Vorsitzende**, habe für den verstorbenen Herrn Wuppert nun Frau Armbruster in das Gremium entsandt. Auch **Frau Eva-Maria Armbruster** gehörte dem Rundfunkrat bereits an. Sie selbst sei Vorstand für Sozialpolitik der Diakonie Württemberg, die wiederum einer von elf Verbänden sei, die in der Liga der freien Wohlfahrtspflege Baden-Württemberg zusammengeschlossen seien. Als deren Vertreterin nehme sie dieses Mandat gerne wahr.

Schließlich informiert **die Vorsitzende**, dass sie ein neues Mitglied begrüßen könne. Der Verwaltungsrat habe nämlich letzte Woche besprochen, ob nicht die in den Verwaltungsrat entsandten Mitglieder des Personalrats zugleich Mitglieder des Rundfunkrats seien. Gemäß § 24 Abs. 1 des SWR-Staatsvertrags würden die

Landesrundfunkräte aus den dem jeweiligen Land zugeordneten Mitgliedern des Rundfunkrats und des Verwaltungsrats gebildet. Insofern wäre es nach Meinung des Verwaltungsrats inkonsequent, wenn die Vertreter der Personalräte im Verwaltungsrat nicht auch im Landesrundfunkrat vertreten seien. Als Frage der Selbstorganisation der Gremien sei das auch mit dem Justitiariat besprochen worden. Im Fall dieses Gremiums heiße das, dass Frau Melanie Wolber nun auch vollwertiges Mitglied des Landesrundfunkrats Baden-Württemberg sei.

In ihrer kurzen Vorstellung berichtet **Frau Wolber**, dass sie seit Ende der 80er Jahre im SWR tätig sei. Sie sei seit 2018 Vorsitzende des Gesamtpersonalrats und in dieser Funktion auch Mitglied des SWR-Verwaltungsrats. Sie wolle künftig aus einer Innensicht des Hauses heraus die Arbeit des Gremiums unterstützen.

Der Rundfunkrat und seine Ausschüsse, berichtet **die Vorsitzende** weiter, seien derzeit stark mit dem Medienänderungsstaatsvertrag beschäftigt. Was der dahinterstehende digitale Umbauprozess für den Landessender bedeute, werde das Gremium auch heute beschäftigen. Wenn man in den letzten Wochen Nachrichten gesehen habe oder ins Internet gegangen sei, stelle man fest, dass es irrsinnige gesellschaftliche Verwerfungen gebe. Besonders wegen Corona, worüber man auch im LPR intensiv diskutiert und erschütternde Bilder dazu gesehen habe. Auch bei den Olympischen Spielen in China habe man auch durch die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Medien vor Augen geführt bekommen, wie willkürlich ein totalitärer Staat regiere. Und man sei wie vor den Kopf geschlagen, dass in nächster Nachbarschaft Krieg herrsche. All diese großen Verwerfungen zeigten, wie wichtig das oberste Ziel der öffentlich-rechtlichen Medien sei, für Meinungsbildung und Vielfalt einzustehen. Dieses zu leben, sei ein Privileg, das schützenswert und fragil sei. Der Sender bekomme öffentliche Gelder, um dafür Sorge zu tragen, dass Menschen informiert seien und friedlich zusammenleben könnten. Dazu gehöre die große politische Berichterstattung genauso wie die kleinen Events, etwa Blasmusik oder Fastnacht. Es sei nicht zu unterschätzen, was die Regionalstudios bei Veranstaltungen in diesem Sinne leisteten. Bei diesem hohen Gut müsse der Rundfunkrat den Sender begleiten. Das habe die gestrige Sitzung deutlich gezeigt.

TOP 3 Bericht der Landessenderdirektorin

Die Landessenderdirektorin stellt ihrem Bericht einen Satz voran: Alle Menschen in Baden-Württemberg wollten mit ihrem Leben gesehen werden, mit dem was sie beschäftigt und die Aufgabe des SWR sei es, dies ernst zu nehmen und nicht zu bewerten.

Als Landessender sei es schwer, auf so große Ereignisse wie den Krieg in der Ukraine zu reagieren. Sie glaube aber, dass man gestern mit der Übernahme des Brennpunkts aus dem Ersten und den anschließenden Extra-Nachrichten richtig gelegen habe. Nun müsse man täglich neu entscheiden, wie man mit Regelprogramm umgehe.

Anhand ihrer Präsentation (**Anlage 1**) berichtet die Landessenderdirektorin, dass man im vergangenen Jahr viel darüber geredet habe, wie der Sender im Katastrophenfall seine Berichterstattung könne. In Heidelberg habe man das schnell unter Beweis stellen müssen. Am 24. Januar beim Amoklauf hätten das Studio Mannheim und SWR Aktuell BW zusammen sehr schnell mit einer App-Meldung, einem Online-Artikel und einem Live-Ticker reagiert. Man habe das Glück gehabt, dass ARD-Aktuell-Reporter Tim Diekmann in Heidelberg wohne und schon nach einer halben Stunde die erste Live-Schalte vor Ort mit dem Handy habe machen können. Das Handy sei die einzige Garantie schnell zuverlässig vor Ort zu sein. Am frühen Nachmittag sei Newsflash im SWR-Fernsehen gesetzt und die 16.00-Uhr-Sendung verlängert worden. Online seien mehrere Livestreams unter anderem von der Pressekonferenz der Polizei realisiert worden. Man habe auf allen Wegen, der Website, der SWR Aktuell-App und auf Facebook berichtet, tagesschau24 beliefert und abends ein SWR Extra gesetzt. Solche Ereignisse seien zwar nicht dazu geeignet, sie in Klickzahlen zu bewerten, aber man könne an hohen Klickzahlen ablesen, ob Menschen die Informationen als erstes beim SWR suchten. Und das sei bei 25% Marktanteil im Fernsehen und bei 600.000 Visits im Netz an diesem Tag gelungen. Aber man sei auch vorsichtig und zurückhaltend mit den Menschen umgegangen. Eine Woche später habe man auch die Gedenkfeier übertragen. Der SWR sei als einziges Medium in der Kirche zugelassen gewesen. Sicher ein Zeichen von Vertrauen, das über viele Jahre aufgebaut worden sei.

Die Fasnet-Saison habe am 11.11. mit einer 90-minütige Live-Sondersendung gemeinsam mit den Kolleg*innen in Rheinland-Pfalz begonnen. Das sei ökonomisch sinnvoll und auch weil das Datum Baden-Württemberg weniger elektrisiere. Das Landesprogramm habe in diesem Jahr drei Sendungen produziert: die „Konstanzer Fasnacht“ aus dem Konzil, die „Schwäbische Fasnet“ aus Donzdorf und das „Das jüngste Ger(i)ücht“ mit Christoph Sonntag komme noch. Für alle Sendungen habe es strenge Hygienevorschriften und Sicherheitsregeln gegeben. Der Erfolg habe es gerechtfertigt, echte Veranstaltung zu produzieren. Die Konstanzer Fasnet habe einen Marktanteil von knapp 14 % gehabt, mit bundesweit fast einer Million Zuschauern. Damit sei man an diesem Tag Marktführer unter den Dritten gewesen. Es gebe offensichtlich dieses Bedürfnis der Menschen. Und die Schwäbische Fasnet sei die einzige live produziert Fastnachts-Sendung in der ARD gewesen. Man habe aber auch alle Umzüge abgesagt, das Stockacher Narrengericht und vieles andere abgesagt. Die Badisch-Pfälzisch Fasnacht sei durch eine Spezi alsendung mit Hausbesuchen bei Künstlern ersetzt worden.

Auch wenn Corona alle nerve, sei das Thema zugleich von hohem Interesse bei den Nutzer*innen, zu merken sei dies vor allem beim Nachrichten-Angebot SWR Aktuell Baden-Württemberg und auch bei einem erfolgreichen Corona-Podcast. Seit dem 1. Oktober sei der Arzt und Journalist Dr. Nabil Atassi, zuvor geschäftsführender Oberarzt der Urologie am Klinikum in Sindelfingen, zum SWR gewechselt und mache regelmäßig den Corona-Podcast „Was Helfer*innen im medizinischen Bereich wirklich erleben“. Die bislang erfolgreichste Folge dieses Podcasts über die Erfahrungen von Menschen, die im Gesundheitswesen arbeiteten, sei Ende

November publiziert worden. Es sei die Geschichte von Krankenschwester Marion gewesen, die auf einer Corona-Station in Baden-Württemberg arbeite. Sie hatte in der Woche davor, früh morgens auf dem Weg zur Arbeit, in einem emotionalen Ausnahmezustand ihrem Herzen auf dem Anrufbeantworter von SWR1 Luft gemacht. Wichtig sei, dass man den Menschen nicht nur zuhöre, sondern mit dem Erzählten auch etwas mache. So sei Marion zum Gespräch für den Podcast eingeladen worden, um mit ihr über ihre Situation und die der Pflege allgemein zu sprechen. Mit der Folge sei der Corona-Podcast bereits zum zweiten Mal auf der Startseite der ARD Audiothek gelandet und habe für viele Reaktionen in den Sozialen Medien gesorgt.

Im Sender mache man sich nach wie vor Gedanken über die Spaltung der Gesellschaft und was man dazu beitragen könne, diese zu verhindern. Zugleich werde dem SWR vorgeworfen, die Medien seien an dieser Spaltung beteiligt. Darum habe man bereits im letzten Jahr eine Doku produziert, die die Motive der Menschen in der "Querdenken"-Bewegung nüchtern beschreibe. Nun habe man zusammen mit dem RBB einen Film über Impfgegner gemacht. Die Doku "Impfen, nein danke! Spaltet Corona unsere Gesellschaft?" von Kolja Schwartz und Albrecht Radon sei am Montagabend als "Story im Ersten" in der ARD mit sehr guter Resonanz gelaufen. Eine etwas veränderte Version werde noch mal im SWR Fernsehen in der Reihe "Betrifft" ausgestrahlt. Es zeige sich, dass man solche Themen nur gut realisieren könne, wenn man directionsübergreifend arbeite. Das mache man immer öfter.

In der Mediathek sei man erfolgreich gewesen mit der vierteiligen Doku-Reihe „Alles Liebe!“, in der außergewöhnliche Paare ihre Geschichten erzählten. Der mit Abstand erfolgreichste Beitrag der Reihe sei der Film „Ein Mann liebt mehrere Frauen – Wie geht das?“ gewesen, der im Oktober 2021 eine Woche lang sogar auf Platz 1 der Top Ten der erfolgreichsten SWR-Angebote in der Mediathek gestanden habe. Wobei fast 65% bei „Alles Liebe!“ Direktzugriffe seien, das hieße, die Zuschauer*innen suchten direkt dieses Angebot. Ein Indiz dafür, dass der SWR Menschen unter 50 Jahren gut erreichen könne.

Erfolgreich habe man Ende des letzten Jahres die Sendung "Schlager-Spaß mit Andy Borg" mit der Spenden-Gala für die Weihnachts-Spendenaktion zugunsten der „Herzessache“ zusammengebracht, die in Corona-Zeiten ohnehin nicht hätte stattfinden können. Das sei ökonomisch sinnvoll gewesen, habe mit 500.000 Zuschauer*innen besser als in den Vorjahren abgeschnitten und Spenden in Rekordhöhe von rund 8,4 Millionen Euro gesammelt - auch für Kinder, die von der Flutkatastrophe im Ahrtal betroffen gewesen seien.

An dieser Stelle berichtet **Frau Armbruster** über die Arbeit des Herzessache-Beirats. Man habe im letzten Jahr die Projektförderung neu strukturiert, so sei ein Online-Bewerbungsverfahren in Gang gesetzt worden, was in Corona-Zeiten wichtig gewesen sei. Man habe 3 Förder-Modelle aufgelegt. Die mehrjährige Hilfe hätten 21 Projekte bekommen, die bis zu 500.000 Euro erhalten würden. Unterstützung bei der Mobilität sei bei 4 Projekten mit bis zu 50.000 Euro bewilligt worden, etwa ein Herzessache-Bus. Und die Soforthilfen mit bis zu 5.000 Euro seien an 60 Projekte

vergeben worden. Dazu seien 13 Projekten Hochwasserhilfen zugesprochen worden. All diese Projekte würden den Nerv treffen. Das Geld würde dort ankommen, wo es wirklich gebraucht werde. Man könne schnell agieren, das engagierte Team arbeite unbürokratisch, emphatisch und doch sorgfältig und die Antragsteller würden gut begleitet. Das sei ein Garant für die Qualität der Herzenssache-Arbeit.

Vielleicht müsse noch neu geklärt werden, wer für den Landessender das Mandat im Verein übernehme. Dieser Frage wollen sich Frau Schneider und Frau Mai bis zur Juli-Sitzung annehmen.

Eine weitere Auszeichnung, so **die Landessenderdirektorin** weiter, habe „Die Hoodie-Macher“ von Helena Offenborn erhalten. Der Film erzähle die Geschichte der Esslinger Hoodie-Manufaktur, in der Menschen mit und ohne Handicap gemeinsam sehr erfolgreich Kapuzenpullis fertigten. Nach dem Willi-Bleicher-Preis der IG Metall habe der Film jetzt auch der Journalistenpreis der Caritas Baden-Württemberg erhalten.

Erfolgreich sei ebenfalls die SWR Big Band, der durch die Pandemie viele Auftrittsmöglichkeiten weggebrochen seien. Man habe stattdessen versucht, die Zeit mit CD-Produktionen zu füllen. Das jüngste Werk, „Bird Lives“ mit Magnus Lindgren sein mit dem Preis der deutschen Schallplattenkritik ausgezeichnet worden. Und am im April werde die Big Band ihr 70-jähriges Bestehen in der Porsche-Arena nachfeiern.

Endlich, nach drei Jahren, habe der „Multimediale Nachrichten-Desk“ das Licht der Welt erblickt. Seit Anfang des Monats versuche diese Einheit zentral alle Themen für alle Ausspielwege gemeinsam abzustimmen. Die klare Angebots- und Planungsstruktur solle allen, auch den Studios, die Arbeit erleichtern.

Sehr beschäftigt werden den SWR das 70-jährige Bestehen von Baden-Württemberg als Bundesland. Für eine Landessenderdirektion ein wichtiges Ereignis, das man auch in verschiedenen Formen und Formaten feiern werde. Herzstück der Programm-Bemühungen sei das Doku-Drama „Baden gegen Württemberg“, das gemeinsam mit einer Dokumentation im April im SWR-Fernsehen ausgestrahlt werde. Auch in verschiedenen öffentlichen Previews, etwa in Freiburg oder im Stuttgarter Haus der Geschichte, werde der Film gezeigt, von dem das Gremium einen Ausschnitt vorgeführt bekommt.

Zahlreiche weitere Aktivitäten seien um das Jubiläum geplant. Eine große Umfrage mit infratest dimap werde die Baden-Württemberger*innen zu ihrer Zufriedenheit interviewen, zum Image des Landes sowie zu dem Verbindenden und Trennenden. Den Befindlichkeiten der Menschen werde auch nachgespürt, in dem die Nachrichten-Anchors an der Landesgrenze entlang gehen werden und man werde besonders auf Villingen-Schwenningen als Grenzstadt blicken. Das Studio Stuttgart werde sich dem Frauenfunk der frühen Nachkriegszeit in der Landeshauptstadt widmen. Das Jubiläum sei ein Anlass mit einer Vielzahl von Aktivitäten im Radio, im

Fernsehen und Online-Themen aufzugreifen, die die Landesidentität prägten und was jüngere Menschen daran überhaupt noch interessiere.

Ebenfalls redaktions- und direktionsübergreifend werde der SWR den 102. Katholikentag im Mai in Stuttgart begleiten. Neben den Übertragungen und Schalten für das Erste, plane man die Eröffnung im Netz zu streamen.

Was plane der SWR sonst noch? Vor zwei Wochen habe man den Medienjournalist*innen über Innovationen und Programm-Höhepunkte für 2022 in einem Jahrespressegespräch berichtet. Dabei sei Barbara Schöneberger im Rampenlicht gestanden, die ab sofort „Verstehen Sie Spaß?“ moderieren werde. Und in deren Windschatten habe die Landessenderdirektion ein Format ins Gespräch bringen können, bei dem man mit jungen Männern über Sex reden wolle. Zuletzt bleibe die Hoffnung, dass der Sender in diesem Jahr trotz der besonderen Pandemie-Lage schrittweise wieder mehr zur Normalität zurückkehren könne.

TOP 4 Bericht aus dem Landesprogrammausschuss

Doro Moritz sagt, sie habe am Vortag als Ausschussvorsitzende über den Ablauf von Programmbeschwerden berichtet. Es gebe die Einstufung als allgemeine Programmkritik und als förmliche Programmbeschwerden. Als Kritik seien seit der letzten Sitzung 11 Einwendungen bewertet worden, als förmliche Programmbeschwerden 5 Einwendungen, was sie als überschaubare Zahl ansehe. Die Landessenderdirektorin habe in ihrem Bericht einen Quotenrückblick auf 2021 gegeben, in dem sich das SWR-Fernsehen als stabil gezeigt habe, insbesondere SWR Aktuell und die Landesschau. Auch die Abrufe in den Sozialen Medien hätten sich in den meisten Bereichen gesteigert.

Ausgehend von Demonstrationen gegen den SWR habe man die Berichterstattung über Querdenken und Impfgegner diskutiert. Dabei habe das Thema der Sicherheit der Reporter*innen eine große Rolle gespielt. Beispielhaft hätten Videos gezeigt, welchen Schwierigkeiten berichterstattende Reporter*innen vor Ort ausgesetzt seien. Der SWR lege großen Wert auf den Schutz der Reporter*innen, die nie ohne Security auf solche Demonstrationen geschickt würden. Gelobt worden sei die Vorbereitung und Unterstützung der Mitarbeiter*innen auf solche Einsätze.

Weiterhin sei berichtet worden, dass nun Volontariats-Plätze für Reporter*innen in Studios vergeben würden. Erfreulich sei ebenfalls die Entwicklung bei Frauen in Führungspositionen, wo die Landessenderdirektion mit 52% Frauenanteil an der Spitze im SWR liege. Die Sendung SWR Aktuell erhalte ein neues Studiodesign, das landespolitische Magazin "Zur Sache" erfahre inhaltliche Veränderungen und es werde ein neues Angebot für Amateurmusiker*innen geben, ein Wettbewerb für Bands, denn es habe sich gezeigt, wie wichtig die Unterhaltung sei, um Zielgruppen zu gewinnen, die ihre Informationen nicht beim SWR suchten.

Im Zusammenhang mit dem Thema Studios seien die Studioleiterin aus Heilbronn, Frau Hagenbuch, und der Studioleiter Tübingen, Herr Narr, in den Ruhestand verabschiedet worden. Detailliert sei von Frau Schmidt und Herrn Hofmann der Umbauprozess Studio 2025 dargestellt worden, nach dem es eine verbindliche Studio-Struktur geben werde und multimediale Desks etabliert würden. Die Beteiligung der Beschäftigten sei intensiv gewesen und es habe verschiedene Workshops und Qualifizierungsangebote gegeben. Offensichtlich habe man die Herausforderung, was der Umbau für die Mitarbeitenden bedeute, im Blick. Denn es sei sehr viel Neues, es komme auch Mehrarbeit auf die Studios zu. Sie selbst, so die Vorsitzende, habe nicht den Eindruck, dass bei allen Veränderungen im SWR die Mitarbeiterinnen so gut mitgenommen würden wie in diesem Fall. Es sei vereinbart worden, dass die Evaluation des Umbaus im Herbst dem Rundfunkrat zur Überprüfung vorgelegt werden solle.

In der originellen Programmebeobachtung, die in Reimform vorgetragen worden sei, hätten zwei Sendungen der Landesschau BW gestanden, die rundum als positiv, mit einem stimmigen Programm-Konzept angesehen worden seien. Die etwa zehn Beiträge zeigten Menschen aus dem Land. emotional, kurios und auch mit Tipps. Interessant sei, dass die älteren Nutzer*innen direkt vor dem Fernseher säßen, die gleichen Angebote online aber von einem jüngeren Publikum genutzt würden. Es seien also nicht unbedingt die Inhalte, in denen sich die Generationen unterschieden, sondern die Frage, wo sie die Inhalte abrufen würden. Als nächste Programmebeobachtung wolle man sich mit den Features beschäftigen.

TOP 5 Aussprache zu Top 2, 3, 4

Die Vorsitzende berichtet, dass schon viele Fragen im Chat gestellt und auch dort beantwortet worden seien, etwa über die Konkurrenz von Fasnets-Programm und Kriegsberichterstattung. Auch in der Aussprache bezeichnet **Frau Zellhuber-Vogel** es als richtiges Signal, dass der ARD-Brennpunkt auch im SWR gelaufen sei. Es sei das Versprechen im Land, die Zuschauer*innen würden nichts verpassen, was von zentraler Bedeutung sei. **Die Landessenderdirektorin** sagt, es sei keine Übertragung einer Veranstaltung geplant gewesen, sondern eine zum Schmotzigen Donschdig passende. Sie wolle sich nicht ausmalen, welche Reaktionen gekommen wären, wenn man die Fasnets-Sendung hätte laufen lassen. Das wirke, als ob der SWR nicht begriffen hätte, was los sei. Das könne nicht der Anspruch eines öffentlich-rechtlichen Senders sein. Es gebe Abende, da sei einfach ein Thema wichtiger als alles andere.

Zu einer im Chat gestellten Frage nach den Corona-Schutzmaßnahmen der Mitarbeiter*innen bei Fasnets-Veranstaltungen, berichtet **Herr Mertz**, dass bei dem "Jüngsten Gerücht", Christoph Sonntag selbst der Veranstalter sei und nach den Regeln des Landes Baden-Württemberg daher bis zu 750 Menschen zugelassen seien. Wegen des Mitarbeiterndenschutzes seien daher die Fragen nach Abständen, Maskenpflicht oder Lüftung sehr intensiv auch mit dem SWR-Krisenstab diskutiert

worden. Er sei in Sorge darum, dass alles gut laufe, aber die Alternative, nicht zu übertragen und zuhause zu bleiben, sei auch keine Lösung. Nach den Sendungen aus Donzdorf und Konstanz habe es vielleicht einzelne positive Fälle gegeben, aber keine Ansteckungsgruppen.

Auf Chat-Fragen, warum es in der Bigband keine Frauen gebe, antwortet **die Landessenderdirektorin**, dass es leider traditionell bei den Bläsern sehr wenige Frauen gebe. Sie würde sich freuen, wenn es welche in der Big Band gäbe. **Herr Wilske** ergänzt, dass es in Deutschland bereits bis zu 20 rein weibliche Big Bands gebe. Und bei den Instrumenten Saxophon, Gitarre und Klavier gebe es an den Musikhochschulen mehr als 50% Frauen in der Ausbildung. **Frau Zellhuber-Vogel** erinnert daran, dass in einer früheren Rundfunkrats-Sitzung zu diesem Thema, der damalige künstlerische Leiter der Big Band erklärt hätte, es hätte in Stellenausschreibungen keine qualifizierten Bewerberinnen gegeben. Das habe damals zu großer Fassungslosigkeit im Gremium geführt. **Frau Süß-Slania** meint, man solle nicht in Vergangenheit wühlen und gibt zu bedenken, dass die Rolle als einzige Frau unter 17 Männern nicht unbedingt attraktiv sei. Man müsse aktiv werden und vielleicht mehr als eine Frau suchen. **Die Landessenderdirektorin** erklärt, die Big Band müsse einmal selbst darlegen, wie viele Frauen sich auf freie Stellen beworben hätten, nur dann könne man darüber wirklich sprechen. Dass für den Sender ein höherer Frauenanteil wünschenswert sei, stehe außer Frage. Auch bezüglich eines Vorschlags aus dem Chat, Bewerbungen in einem Blind Audition zu veranstalten, müsse sie daran erinnern, dass die Big Band kein Orchester des SWR sei, sondern ist eine GmbH. Ihr sei so der Einfluss entzogen. Sie könne daher über den Besetzungsprozess mit der Big Band sprechen, entscheiden würde aber die Big Band. Es wurde verabredet, sich in einer der nächsten Sitzungen mit der Bisband und deren Frauenanteil zu beschäftigen.

Frau Krueger begrüßt, dass der SWR zum Landesjubiläum einen Film produziert habe und weist darauf hin, dass die Bildung des Landes eigentlich erst in den 1970er Jahren rechtlich formal abgeschlossen worden sei mit der Volksabstimmung, bei der die veränderte Bevölkerungsstruktur und die Vertriebenen den Ausschlag gegeben hätten.

Herr Mertz sagt, dass der Film die noch viele Jahre anhaltende politische Diskussion um die Landesgründung nicht abbilden könne, sondern sich zentral um die Figur um Leo Wohlleb drehe, mit dessen Tod 1955 der Film dramaturgisch ende. Daher gebe es am Ende des Films nur einen kurzen Hinweis auf die politische Weiterentwicklung. **Die Landessenderdirektorin** ergänzt, dass zwar der Film nicht alles abdecke, aber das Thema auch in anderen SWR-Produktionen zum Landesjubiläum behandelt werde. Da ginge wohl kein Aspekt verloren. **Die Vorsitzende** regt an, der Rundfunkrat könne sich den Umgang des Senders mit dem Jubiläum zu einem späteren Zeitpunkt noch einmal genauer ansehen.

Zum Amoklauf in Heidelberg weist **Frau Renelt** darauf hin, wie wichtig es gerade bei einer Live-Berichterstattung sei, behutsam vom Ort des Geschehens zu reportieren und keinen Sensations-Journalismus zu betreiben.

Dieses Herangehen sei dem SWR auch in Heidelberg gelungen, meint **die Landessenderdirektorin**, da hätte man über die Erlebnisse von Studenten berichtet und es sei niemand bloßgestellt worden, weil die Kolleg*innen umsichtig gearbeitet hätten. Sie erhält Bestätigung von **Frau Zellhuber-Vogel**, die aus Heidelberg mehrere Rückmeldungen bekommen habe, dass die Berichte nicht effekthascherisch und wohltuend zurückhaltend und umsichtig gewesen seien.

Frau Armbruster unterstützt den Corona-Podcast über die Arbeit der Helfer*innen und lobt, wie der Sender mit der emotionalen Reaktion der Krankenschwester umgegangen sei. Statt die Frau vorzuführen, sei die Thematik in den Sozialen Medien verstetigt worden. Die Vorschläge zur Verbesserung für die Zeit nach Corona seien ernst genommen worden. Aus diesem konstruktiven Ansatz müsse man auch für andere emotionale Themen in der Gesellschaft lernen, um die Bevölkerung mitzunehmen und einer möglichen Spaltung zu begegnen. Gerade das Radio, so **die Landessenderdirektorin**, habe die Stärke, den unmittelbaren Austausch herzustellen. Man könne leicht Menschen mit ihren Emotionen zu Wort kommen zu lassen und dieses dann in eine Berichterstattung mit Abstand übersetzen.

Herr Cerqueira-Karst unterstreicht eine Aussage aus dem Bericht von Frau Moritz, dass nicht die Themen, sondern die Ausspielwege wichtig seien für die Frage, warum Jüngere sich nicht für Regionales interessierten. **Die Landessenderdirektorin** stimmt dem zu und kündigt an, dass man zur Frage der Plattformen dem Landesrundfunkrat möglichst bald eine Untersuchung vorlegen wolle.

TOP 6 AG Audio

Frau Oldenkott berichtet (**Anlage 2**), dass die Radio-Programme des SWR sich schon seit einiger Zeit in einem großen Wandel befänden. Sie seien das reichweitenstärkste Medium des Senders und am unmittelbarsten an den Menschen dran. So habe man nach dem Kriegsbeginn am Vortag binnen kürzester Zeit die Fasnets-Berichte verworfen und das Musikprogramm über den Haufen geworfen. Man sei sehr schnell von den Hörer*innen bombardiert worden mit dem Wunsch nach Friedensliedern. Und auf SWR4 hätten sich viele Ältere gemeldet, die große Sorgen mitgeteilt hätten. Mit diesen Hörer*innen habe man im Radio auch sprechen können. Die Radio-Flotte sei immer noch gut aufgestellt, man erreiche alle Altersgruppen von 14 Jahren aufwärts. Mit den Programmen SWR1, SWR3 und SWR4 erreiche man viele unterschiedliche Zielgruppen und mit den anderen drei Sendern sei man in kleinerem Markt unterwegs. Im Radiomarkt der beiden Bundesländer habe man einen Marktanteil von rund 50 %. Der Einstieg sei die unterschiedliche musikalische Positionierung, um die unterschiedlichen Zielgruppen zu erreichen und ihnen die öffentlich-rechtlichen Inhalte zu vermitteln.

Der Auftrag der Geschäftsleitung vom Juli 2021 sei, den linearen Erfolg im Radio zu halten und dazu die Musikprofile zu schärfen. Zugleich sollten auf unterschiedlichen Plattformen Audio-Angebote für neue Zielgruppen gebracht werden. Auch sollten durch Kooperationen Synergien entwickelt werden und durch bessere Organisation Ressourcen für zusätzliche digitale Formate geschaffen werden. Schließlich solle Regionalität für alle Zielgruppen und alle Plattformen zugänglich gemacht werden. Radio werde nicht mehr nur über UKW gehört, sondern auch über die Audiothek, über Speaker wie Alexa, über Spotify und über YouTube.

Die Programm-Chefs aller SWR-Programme hätten gemeinsam über diese Aufträge beraten. Konkret sei entschieden worden, dass der Regio-Content, der derzeit auf SWR4 stündlich laufe und allein in Baden-Württemberg 96 regionale Nachrichtensendungen täglich ausmache, künftig in die Radio-Apps von SWR1 und SWR3 eingebunden werden solle. Konkret erhielten so jüngere Nutzer*innen über die regionale Einstellung der App, dort Informationen und Veranstaltungshinweise für ihre Region. Das sei ein Quantensprung. Auch müsse jedes Programm noch einmal klären, wie sie mit dem großen Content, der in den Studios entstehe, umgehen werden. Zum Beispiel könnte SWR1 über eine eigene UKW-Frequenz ein zusätzliches regionales Angebot konfigurieren. Und das Audio Lab spreche gerade mit Mercedes-Benz, wie man über Navigation in einem Auto die regionalen Informationen ansteuern und auswählen könne.

Eine große Entscheidung sei eine neue Struktur der Musikredaktionen gewesen, die man nun umsetzen werde. Zunächst würden die jeweiligen Redaktionen von SWR3 und DasDing bzw. die Redaktionen von SWR4 BW und SWR4 RP zusammengelegt. Bei den SWR-4-Programmen hieße das, dass die Redaktionen digital über zwei Standorte hinweg zusammenarbeiten werden und dass nur noch einmal Musik geplant werde. Die Trennung mache keinen Sinn. Und auch der journalistische Musik-Content werde künftig gemeinsam über die Standorte geplant. Bei SWR4 werde konkret dadurch eine Redaktions-Leitungsstelle eingespart, die - so der Auftrag - für die Digitalredaktion SWR Schlager/SWR4.de genutzt werde. Damit stärke man das das rein digitale Schlager-Angebot für junge Zielgruppen wie auch die auf Facebook sehr erfolgreiche Verlängerung von SWR4 im Netz.

Schließlich solle bei Leuchtturmprojekten künftig die ganze Radioflotte besser zusammenarbeiten, zum Beispiel bei dem heute schon erwähnten Podcast mit Nabil Atassi. Dazu plane man derzeit eine Podcast-Serie über Ndrangheta in Baden-Württemberg als Kooperation von SWR1, SWR2, SWR3 und SWR4, ein ambitioniertes und teures Produkt, das mit der ganzen Wucht von allen Programmen begleitet werden soll.

Dass das Medium lineares Radio noch nicht am Ende sei, zeige sich beim Blick auf die anderen 50 Prozent des Marktes, die privaten Radio-Sender. So habe die Audiotainment Südwest die ehemalige Hörfunkdirektorin des WDR als "Geschäftsführerin Programm" eingestellt. Dies sei die klare Ansage, dem öffentlich-rechtlichen Sender Marktanteile abjagen zu wollen. Das sei für den SWR ein Ansporn,

da die Audiotainment Südwest die großen Mitbewerber RPR1, bigFM und Radio Regenbogen unter einem Dach vereine. Konkurrenz belebe das Geschäft. Daher müsse man die Musik professionalisieren, die Vorteile bei der Regionalität mit den Studios und bei der Information mit dem deutschen und internationalen Korrespondenten-Netz besser einbringen und die Ansprache der Zielgruppen verbessern.

Die weitere große Herausforderung sei eine digitale Web-Channel-Strategie, die in den nächsten Wochen angegangen werde. Der Konkurrent Audiotainment etwa habe 120 Web-Channels, deren Angebot zugespitzt auf kleinere Zielgruppen gerichtet sei. Dem müsse der SWR mit der Qualität der verschiedenen musik-journalistischen Angebote entgegentreten.

Die Vorsitzende dankt Frau Oldenkott für den Bericht. Sie sei beeindruckt, wie viel Überlegung hinter dem digitalen Umbau stecke, dessen Strategie einerseits eine Verbreiterung der Ausspielwege vorsehe und zugleich eine Konzentration auf das Wesentliche wie die Regionalität. Das sei nicht einfach.

Frau Vitzthum regt an Gewinnspiele auszurichten, die etwa bei Antenne 1 ein Anziehungspunkt seien. Außerdem frage sie sich, warum Minister Haug in dem privaten Radio bei einer Baum-Pflanz-Aktion auftrete und nicht im SWR.

Die Landessenderdirektorin stellt klar, dass der SWR die politische Berichterstattung von Spielen und Verlosung trenne. Politiker werde man nicht mit Gewinnspielen verknüpfen. Gewinnspiele dürfe der SWR machen, dafür gebe es klare Regeln. so müsse der Urheber des Preises genannt werden, weil man nicht das Geld des Senders verlosen dürfe. Aber man müsse den sinnvollen Mehrwert deutlich machen, wenn man Dinge verlose.

Frau Kern erinnert grundsätzlich daran, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk für seinen gesellschaftlichen Auftrag eine große finanzielle Unterstützung bekomme, während die Privatsender sich anders finanzieren müssten. Da müsse man sich unterscheiden, denn es gebe viele Menschen, die ihren Beitrag auch dafür bezahlten, dass sie keine Gewinnspiele hören müssten.

Wenn man Bluetooth-Speaker verlose, unterstreicht **Frau Oldenkott**, wolle man eigentlich die eigene SWR1-App bewerben. Der SWR wolle sich von den Privaten abheben und nicht mit Gewinnspielen punkten, sondern mit dem, was man besser könne. Und bei der regionalen Information mache kein privater Sender dem SWR etwas vor.

Die Vorsitzende will wissen, ob es bei der Fusion der beiden Musikreaktionen von Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz einen Findungsprozess gegeben habe.

Frau Oldenkott sagt, der Prozess sei minutiös geplant. Es seien mehrere Meilensteine besprochen und man werde mit Change-Management des SWR und mit

einem Musik-Experten, der die Musikprofile und den Radiomarkt gut analysiert habe, einen Kick off geben und die Ziele beschreiben. Es seien schon Arbeitsgemeinschaften gebildet, um neue Abspielmöglichkeiten und neue Technik auf den Weg zu bringen. Im Herbst solle die neue Struktur stehen.

TOP 7 Digitale Formate BW und SWR-Talentnetzwerk

Marie Mayer führt anhand einer Präsentation (**Anlage 3**) zunächst aus, dass die Abteilung bis vor kurzem noch "Distribution und SWR Heimat" geheißen habe. Die Notwendigkeit des Namenswechsels ergebe sich aus dem, was schon jetzt von der Abteilung publiziert werde. Dazu wird ein kurzes Video gezeigt. Angefangen habe man, in dem man die Landesschau-Geschichten digital anders aufbereitet habe, um andere Zielgruppen über YouTube zu erreichen. Mit SWR Heimat habe man das erste rein digitale Angebot gegründet. So habe man Erfahrungen gesammelt mit welchen Formaten man welche Altersgruppe und welches Geschlecht erreichen könne. Dazu seien die beiden Auftragsproduktionen "Leroys Momente" und "Five Souls" gekommen, die in diesem Gremium schon vorgestellt worden seien. Mit dem neuen Abteilungs-Namen könne man die eigene Arbeit wesentlich besser gegenüber Bewerbern wie Produktionsfirmen darstellen.

Der SWR wolle ja seine Reichweite im Netz bis 2024 verdoppeln, daraus würde sich der Auftrag ergeben, neue Zielgruppen zu erschließen und dem Sender so ein neues Image zu ermöglichen, wobei der Schwerpunkt auf Social Media und Webvideos liege.

Zur Umsetzung setze Baden-Württemberg auf ein dreiteiliges Modell. Zum einen filtere man aus dem TV-Angebot Themen heraus und würde austesten, welche Produkte auf YouTube, Facebook oder Instagram funktionierten. Daneben habe man selbstproduzierte Angebote, wie SWR-Heimat, ausschließlich für die Digitalität. Das ermögliche Erfahrungen über neue Themenwelten. Schließlich habe man die Auftragsproduktionen, wo man schon beim Einholen von Angeboten neue Perspektiven und neue Erzählweisen kennenlerne, von denen man im SWR profitieren könne. Ziel sei stets aus den eigenen Angeboten zu lernen. Erfahrungen aus den getesteten Inhalten würden in die Redaktionen gespiegelt, so gebe man Impulse, um Erfolge zu reproduzieren. Beispielsweise liefen Filme aus der Landesschau über besondere Wohnformen gut bei Facebook, daher habe man eine eigene Playlist erstellt und mehr aus diesem Themenbereich bei der Redaktion bestellt. Oder man frage bei der Landesschau an, ob sie nicht erfolgreiche YouTube-Stars aus Baden-Württemberg in einer Reihe porträtieren wollten. So entstünden schließlich Impulse für ganz neue Formate. So habe "Handwerkskunst" auf YouTube eine große Community, in den Kommentaren würden sich vor allem jüngere Profihandwerker austauschen und sich bei Slow TV entspannten, in dem sie 30 Minuten zuschauten, wenn ein Stuhl gebaut werde. Ebenfalls ein längeres Format von 20 Minuten sei die RoomTour, die aus der Wohnprojekte-Serie der Landesschau kuratiert worden sei. Besonders gut würden immer sehr emotionale Geschichten

laufen, etwa Zwillingsgeschichten, Filme über Großfamilien oder das neue Format "Alles Liebe" über besondere Liebesgeschichten.

Neu aufgebaut habe man im letzten Jahr eine Redaktion für digitale Formatentwicklung, um ganz neue Zielgruppen für den SWR zu erschließen. Dazu habe man von der Medienforschung eine Studie bekommen, die die 30- bis 50-Jährigen genauer beschreibt. Die Geschäftsleitung habe dann entschieden, sich auf drei Potenzial-Zielgruppen zu konzentrieren. Damit arbeite man nun bei Formatentwicklung. Am Anfang des Prozesses stehe dabei die Zielgruppen-Befragung, dann entwickle man Ideen, die man an die Zielgruppe immer wieder zurückspiele, um sich Feedback zum Thema, zur Konzeption oder zur Ansprache zu bekommen. Nach diesen sogenannten Design Prints mache die Redaktion eine Einschätzung, welche Plattformen für das Format geeignet seien und wie die Wettbewerbssituation auf dem Markt sei und welche Erzählweise helfe, dass es unter den unendlich vielen anderen Angeboten auch gefunden werde. Dann werde ein Pilot produziert und mit den Nutzer*innen getestet. Schließlich werde in der Regel eine Auftragsproduktion an den Start gebracht, die dann von der Redaktion inhaltlich, technisch und beim Design betreut werde. Die vielen Erfahrungen, die man aus diesem Prozess mitnehme, würden dann anderen im Haus zur Verfügung gestellt.

Die zusätzliche Herausforderung dieser neuen Redaktion sei die Regionalität. Man versuche über Wahl der Protagonisten, der Orte und der Hosts bei jedem Projekt, besonders die Menschen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, abzubilden. Vier weitere Formate seien derzeit in Arbeit: Mama Mia sei ein Format für jungen Menschen mit Migrationshintergrund, bei denen das Verhältnis zu ihren Eltern wichtig und auch Streitbar sei, denn die Lebensumstände unterschieden sich in den Generationen sehr. Anknüpfend an die immer wiederkehrende Aussage, die Eltern hätten für die Kinder fast alles aufgegeben, weshalb man ihnen gern etwas zurückgeben wolle, werde der/die Protagonist*in in dem Format einen besonderen Tag für Vater oder Mutter gestalten und einen Wunsch erfüllen. Es werde prominente Unterstützung geben und man werde in dem Film ein Fotoalbum der Familiengeschichte erstellen.

Ein Sexformat für Männer solle die Zielgruppe der Dynamischen ansprechen, denen es sehr um Selbstverwirklichung und Verbesserung in bestimmten Lebensbereichen wie Karriere, Sport, aber auch Sex gehe. In der letzten Zeit seien nämlich sehr viele Formate entstanden, die sich in dem Bereich an Frauen richteten, aber keines drehe sich um Männer. Man wolle diesen Themenkomplex nicht der Porno-Industrie überlassen, sondern ein unterhaltsames und informatives Angebot schaffen.

Der SWR habe mittlerweile viele erfolgreiche Formate im Digitalen, diese seien aber nicht regional ausgerichtet. Man wolle herausfinden, wie man noch stärker Junge ansprechen könne, wenn es über YouTube nicht klappt. Vielleicht müsse man von den Plattformen wegdenken. Dazu habe das X-Lab eine Zukunftsforschungsagentur beauftragt, um internationale Trends für regionale Projekte zu recherchieren. Dazu werde die Medienforschung erfragen, was im Digitalen die regionalen Bedürfnisse

sind, wobei gezielt die Regionalität in den beiden Ländern im Fokus sei.

Schließlich solle das SWR Talentnetzwerk frühzeitig Talente entdecken, die bereits im Netz unterwegs seien und die man an den Sender binden könne. Noch sei man in der Scouting-Phase. Ziel sei in ein bis zwei Jahren bis zu 10 Talente aus BW und RP an Bord zu nehmen, um sie redaktionell weiterzuentwickeln und im SWR bekannt zu machen. Die Reichweite soll sich sowohl für den SWR als auch für die Talente steigern. Umgesetzt werden soll das Projekt gemeinsam mit Talentagenturen und innerhalb des SWR mit 4 Redaktionen. Als erstes Talent werde im März Rachel Joy Beck an Bord genommen, die den Instagram-Account "spatzemitsoos" habe.

Die Gespräche mit anderen seien langwierig. Ein Problem sei teilweise die hohe Werblichkeit, denn manche Talente erzielten mit ihrem Kanal schon so hohe Werbeeinnahmen, dass sie darauf verzichten würden, was sie aber in einem SWR-Netzwerk unbedingt müssten. Gesprochen werden unter anderem mit Landwirten, einem Stuckateur, einer Imkerin oder einer veganen Köchin.

Die Vorsitzende dankt für den beeindruckenden Rundumschlag, der aufgezeigt habe, auf was die Arbeit aufbaue, wo es hingehen solle, und welche Herausforderungen bestünden. Sie lobt die Diversität des Teams und der angepeilten Zielgruppen.

Frau Pagel-Steidl stellt ihre immer wieder notwendige Frage, wie Barrierefreiheit mitgedacht werde. So seien Texte in Großbuchstaben ein No-Go für alle, weil sie schlecht lesbar seien.

Herr Mertz ist diesbezüglich zuversichtlich, weil es in dem Team ein hohes Bewusstsein für die Problematik gebe. **Frau Mayer** unterstreicht, dass Untertitel in der Mediathek Standard seien und bei Auftragsproduktionen für YouTube zur Standardvoraussetzung gehörten. Und Großbuchstaben würde man noch bei Titeln verwenden, ansonsten Groß- und Kleinschreibung.

Auf die Nachfrage einer Rundfunkrätin, wie genau die Distribution in den Sozialen Medien funktioniere, wenn Influencer*innen eingekauft seien, führt **Frau Mayer** aus, dass man beim Talentnetzwerk die Talente mit ihren Kanälen an Bord nehme. Dafür müssten diese sich verpflichten, dass der Kanal werbefrei bleibe. Auch die Werbung auf anderen Kanälen der Talente und die gegenseitige Vernetzung der Kanäle sei geregelt. Der SWR biete dann die Vernetzung seiner Kanäle an, etwa von Rahel Joy Beck zum Comedy-Festival von SWR3. Man würde aber auch bei anderen passenden Formaten oder bei passenden aktuellen Themen die Kanäle miteinander vernetzen. Bei Content, den man selbst erstelle und distribuere, überlege man, welche Geschichten man über dieses Format erzählen könne, etwa über die Hosts, über das Format an sich oder über einzelne Themenaspekte. Das sei eine PR-Strategie, aber auch die Verlinkung zu ganz anderen Kanälen, bei denen das Thema eine Rolle spiele. Oder man poste Hinweise auf zusätzliche SWR-Inhalte in die andere Facebook-Gruppe. Das verberge sich hinter Distribution.

Frau Zellhuber-Vogel lobt, wie eindrücklich aufgezeigt worden sei, was strategisch notwendig ist, wenn es eine Zuspitzung auf eine Nutzer*innen-Gruppe gebe. Auch dass der Wissenstransfer zu den Kolleg*innen im Haus in die Arbeit integriert sei, sei von zentraler Bedeutung. Sie frage aber, was mit den Inhalten passiere, wenn man sie so zugespitzt setze. Würde das nicht die Blasenbildung befördern und entspräche das noch dem Ansatz des öffentlich-rechtlichen. Beruhigt habe sie aber, dass man dabei die Regionalität integriert hätte, denn Regionalität wäre bei den angepeilten Zielgruppen sicher nicht der erste inhaltliche Wunsch.

Auf eine Anmerkung von **Frau Krueger**, sie sei neugierig zu erleben, was mit einem Sexformat für Männer sein werde, wenn bei der Diskussion um den Staatsvertrag über den Auftrag der Unterhaltung gestritten werde, erläutert **Frau Mayer**, dass das Projekt auch ein Experiment sei. Man konzipiere ja für die Zielgruppe der Dynamischen, die zu über 80 Prozent aus Männern bestehe, und da brauche man auch handfeste Information. Was bei weiblichen Formaten in der Mediathek gut gelinge, nämlich die Zielgruppe selbst zum Reden zu bringen, sei hier nicht so einfach. Aber sie setzte auf die Kreativität der Redaktion und der Produktionsfirmen. **Herr Mertz** merkt dazu an, dass die bisher in der Mediathek funktionierenden Beispiele immer von den Frauen her gedacht seien. Ein Format mit dem Blick auf die Männer, die in Beziehungen gern den problematischen Part hätten, sei sicher heikel. Da sei man sich problembewusst. Aber es sein ein wichtiges Thema und man müsse es einfach ausprobieren.

Frau Vitzthum hält es für richtig, dieses Wagnis einzugehen. Man solle allerdings auch über die Gefahren berichten, etwa die Probleme, die nach dem Genuss von Ecstasy entstehen könnten. Auch das Thema Missbrauch von Jungen wie Mädchen könnte mit aller Vorsicht aufgegriffen werden. **Herr Mertz** bestätigt, dass Themen wie Drogen und auch Missbrauch sicher in so einem Format drin sein müsse.

Frau Jordan-Weinberg stellt fest, dass sich auf jungen Kanälen immer mehr Ältere tummeln würden. Daher fragt sie, ob man auch einmal Sendungen plane zum Austausch von Alt und Jung auf einem der jungen Kanäle. **Herr Mertz** antwortet, das Thema sei auch dramaturgisch spannend und habe sicher Zukunft. Wie so ein Format konkret aussehen werde, müsste man mit den Zielgruppen besprechen und dann austesten.

TOP 8 Verschiedenes

Die Vorsitzende berichtet, sie habe festgestellt, dass es im Gremium eine hohe Fluktuation gegeben habe. Deshalb habe die Landessenderdirektorin das Angebot gemacht, einer LRR-Sitzung eine Info-Veranstaltung voranzustellen. **Die Landessenderdirektorin** regt an, dies mit einer Besichtigung des Funkhauses bei der nächsten geplanten Sitzung im Juli zu verknüpfen.

Herr Kaiser berichtet, dass bei den Hochschulen, die Verbindung mit der Ukraine hätten, nun sehr viele Anfragen einträfen, Gäste aufzunehmen. Er appelliert daher an die Gremienmitglieder, zu überlegen, ob man sich nicht bei der eigenen Kommune melden und so ein Angebot aussprechen könne.

Die Landessenderdirektorin meint, der Sender könne das Ukraine-Thema transportieren und darüber berichten. So würde man die publizistische Kraft nutzen, um diese Idee ins Land zu tragen.

Die Vorsitzende dankt Herrn Kaiser für den Appell und dem Gremium für die angeregte Diskussion und die guten Vorträge. Sie würde sich freuen, wenn die nächste Sitzung wieder in Präsenz stattfinden könne.

Die Vorsitzende beendet die Sitzung.

Stuttgart, 10.06.2022

gez. Klaus Barber
Protokoll

gez. Nicola May
Vorsitzende SWR-Landesrundfunkrat BW



TOP 3

**BERICHT DER
LANDESSENDERDIREKTORIN**

—

FREITAG, 25. FEBRUAR 2022

MUTMAßLICHER AMOKLAUF IN HEIDELBERG



SWR >>

MUTMAßLICHER AMOKLAUF

SWR EXTRA

MUTMAßLICHER AMOKLAUF IN HEIDELBERG



HER

SCHÜSSE IM HÖRSAAL
Polizei-Großeinsatz in Heidelberg

MUTMAßLICHER AMOKLAUF IN HEIDELBERG







SWR >>



SWR1-CORONA-PODCAST



die story ¹

IM ERSTEN

SWR >>



„ALLES LIEBE!“





herzessache
HILFT KINDERN



NOCH EIN PREIS FÜR „DIE HOODIE-MACHER“



AUSZEICHNUNG FÜR SWR BIG BAND

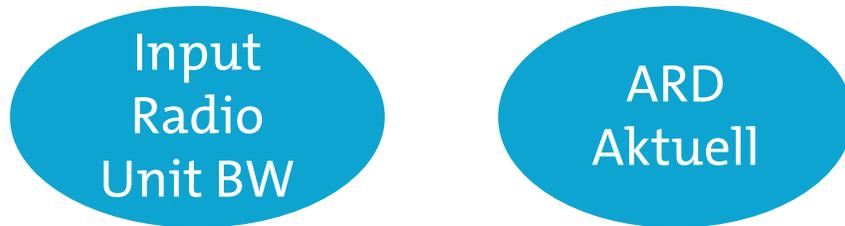


DER NEUE BW-DESK BEI SWR AKTUELL

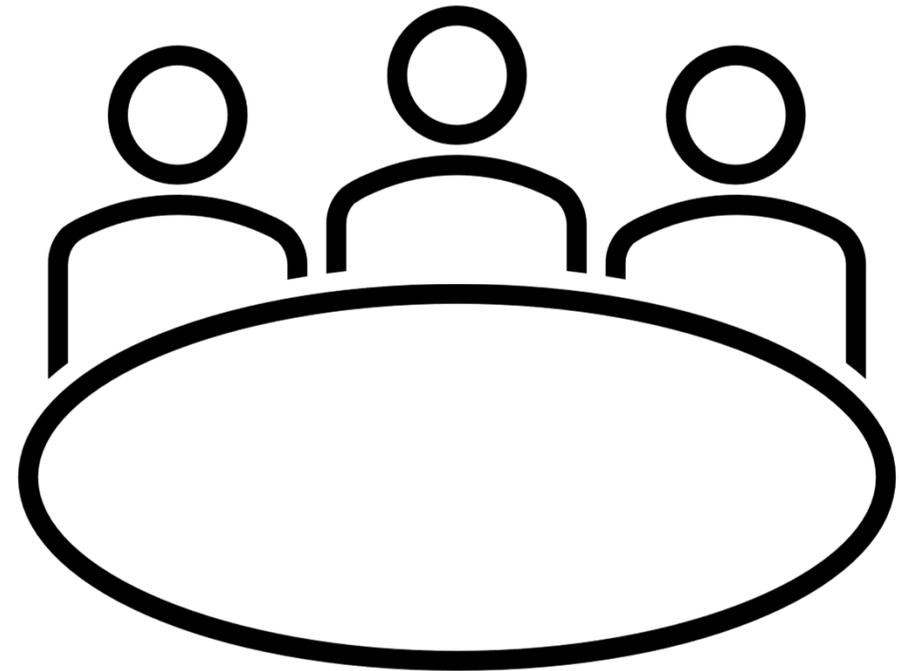
Bisher:



Jetzt:



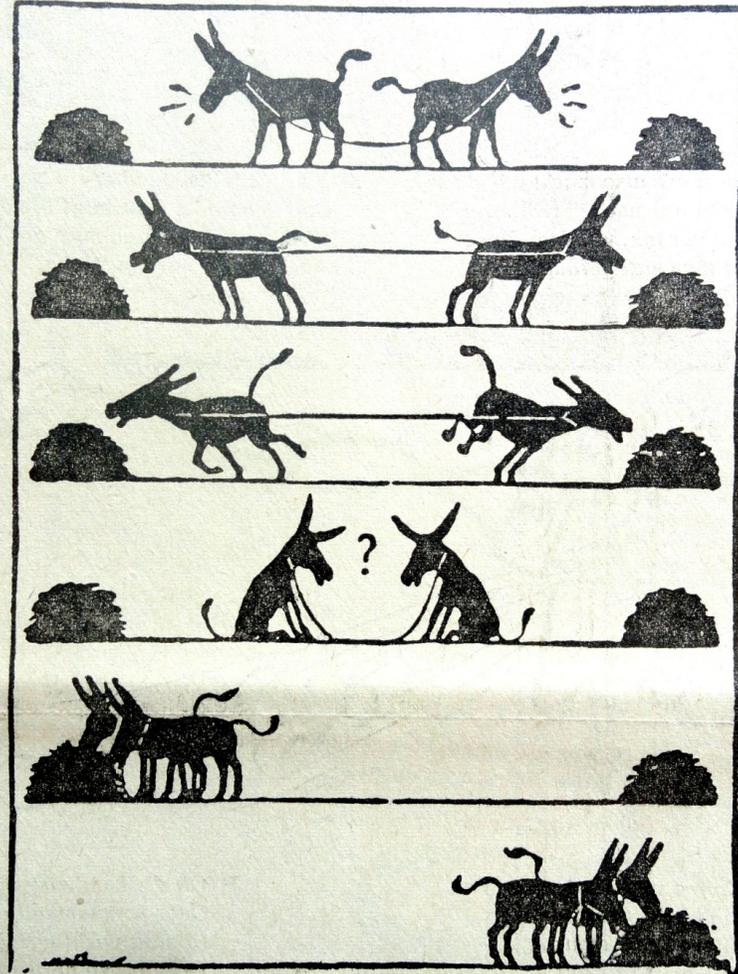
- zentrale Planungseinheit
- abgestimmte Planung und Bestellung
- auch mittelfristige Planung



LANDESJUBILÄUM: 70 JAHRE BADEN-WÜRTTEMBERG



Selbst diese Esel merken es, daß es miteinander besser geht als gegeneinander.



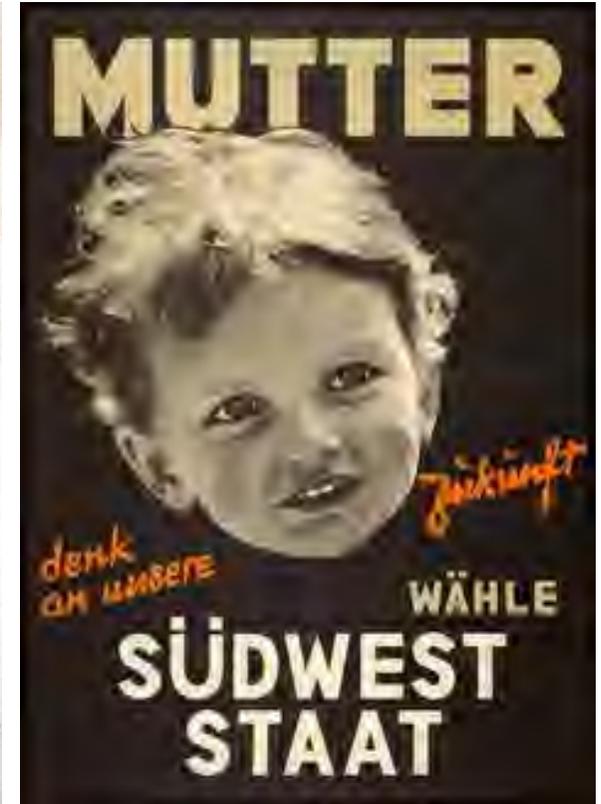
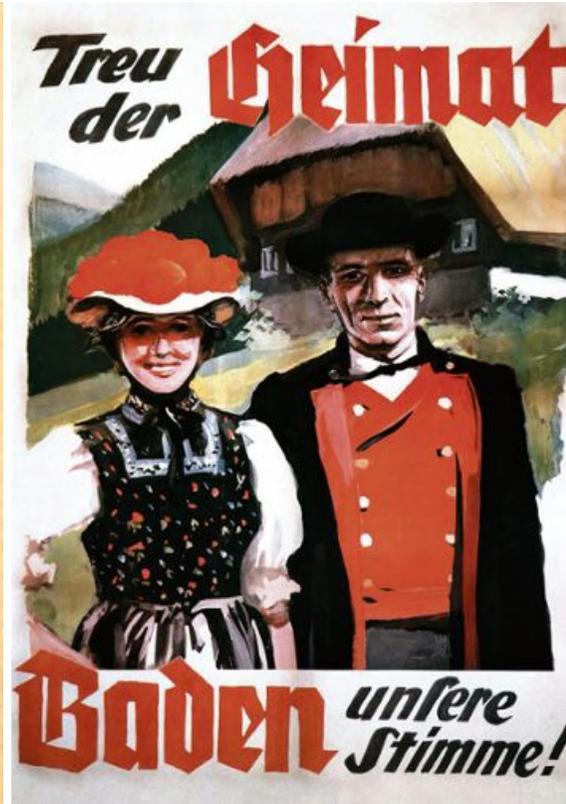
Vernünftige Leute wissen es schon lange, daß Baden und Württemberg gemeinsam besser fahren als jedes Land für sich allein.

Darum Südweststaat!

LANDESJUBILÄUM: 70 JAHRE BADEN-WÜRTTEMBERG



LANDESJUBILÄUM: 70 JAHRE BADEN-WÜRTTEMBERG



LANDESJUBILÄUM: FILM „BADEN GEGEN WÜRTTEMBERG“

SWR»



WEITERE PLANUNGEN ZUM LANDESJUBILÄUM



JAHRESPRESSEGESPRÄCH 2022



Heiße Aussichten SWR plant neue Sex-Sendung - Barbara Schöneberger hat „extremes Interesse“



SWR plant neues Sex-Format - Barbara Schöneberger zeigt Interesse

Ausblick bei Jahrespressekonferenz

SWR 2022: Dialog, Diversität, Sex und Barbara Schöneberger



Der SWR hat in seiner Jahrespressekonferenz die wichtigsten Themen für die kommenden Monate umrissen und einige neue Formate angekündigt. Verstärkt in den Fokus nehmen will man Menschen, die jünger sind als 50 Jahre.



SWR RADIO FLOTTE

ENTSCHEIDUNGEN UND IHRE FOLGEN

- Knapp 6 Millionen Hörerinnen und Hörer täglich in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz
- Alle Altersgruppen ab 14 Jahren....
- Knapp 50% Marktanteil
- Flotte = musikalische Positionierung



Auftrag SWR Radio Flotte GL Juli 2021:

- Erfolge der linearen Radioflotte halten, Musikprofile schärfen
- SWR Audio für junge Zielgruppen und digitale Zielgruppen
- Kooperationsmodelle entwickeln
- Ressourcen für digitale Formate
- Regionale Inhalte für alle Zielgruppen und Plattformen



Beschlüsse:

- Mehr Regionaler Content in den linearen Radioprogrammen der Flotte
- „Fusion“ Musikredaktionen SWR3/DasDing und SWR4BW und SWR4RP
- Digitalredaktion SWR Schlager/SWR4.de (Umwidmung 1 Leitungsstelle)
- Kooperation bei digitalen „Leuchtturm“-Projekten, wie z. B. Podcasts



- Konkurrenz belebt das Geschäft 😊
- Audiotainment Südwest
- Musik, Regionalität, Ansprache

RPR1.

bigFM

RADIO
REGENBOGEN



RADIO **7**

**DANKE
FÜR IHRE AUFMERSAMKEIT**

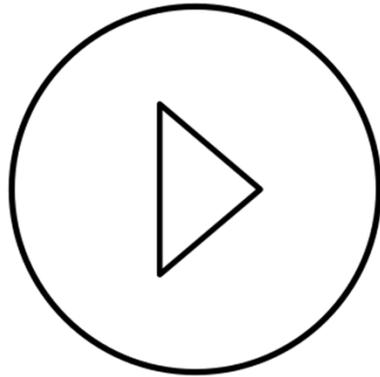


SWR >>

DIGITALE FORMATE BW

AUFGABEN – PROJEKTE – VISIONEN

25. Februar 2022
Landesrundfunkrat BW





UNSERE LAUFENDEN PROJEKTE

2017



Best of TV

2018



1. Digitales Angebot

2020



ARD Mediathek

2021



Social Media

UNSER AUFTRAG

AUFTRAG

**Erschließung neuer
Zielgruppen für den SWR**

Schwerpunkt Social Media

Imagewechsel für den SWR

Webvideo

WIE MACHEN WIR DAS?

3 SÄULEN – DIGITALE FORMATENTWICKLUNG

Best of TV für neue Zielgruppen



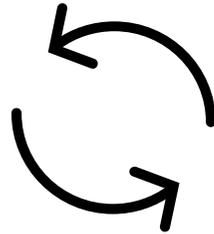
Selbstproduzierte Digitalangebote



Auftragsproduktionen



AUS EIGENEN ANGEBOTEN LERNEN



**Inhalte
testen**

**Erfolge
reproduzieren**

**Für weitere
Formate nutzen**



REDAKTION FÜR DIGITALE FORMATENTWICKLUNG

NEU

POTENZIALZIELGRUPPEN



Vahide die
VERGNÜGTE

- Ø 27 Jahre
- Anteil: 9%
- 50% Abi/Uni
50% HS/WS
- 1+Kinder: 41%



Daniel der
DYNAMISCHE

- Ø 30 Jahre
- Anteil: 28%
- 57% Abi/Uni
43% HS/WS
- 1+Kinder: 39%



Robin der
REFLEKTIERTE

- Ø 32 Jahre
- Anteil: 14%
- 71% Abi/Uni
29% HS/WS
- 1+Kinder: 31%



Katharina & Kai die
KULTIVIERTEN

- Ø 32 Jahre
- Anteil: 13%
- 73% Abi/Uni
27% HS/WS
- 1+Kinder: 30%



Gaby die
GENÜGSAME

- Ø 34 Jahre
- Anteil: 17%
- 56% Abi/Uni
44% HS/WS
- 1+Kinder: 40%



Heike & Heiko die
**HEIMAT-
VERBUNDENEN**

- Ø 37 Jahre
- Anteil: 18%
- 52% Abi/Uni
48% HS/WS
- 1+Kinder: 56%

STEP BY STEP



Thomas
Format-
entwickler



Hamed
Format-
entwickler



Fatouma
Partner
Management



Dominik
Partner
Management



Lisa
Wissens-
management



Moritz
Format-
entwickler



Alina
Social Media
Strategin



Alexandra
Partner
Management



Simon
Technik,
Innovation, Design

DIE CHALLENGE: REGIONALITÄT IM NETZ

Wir versuchen bei jedem Projekt, besonders die Menschen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, abzubilden und zu erreichen.

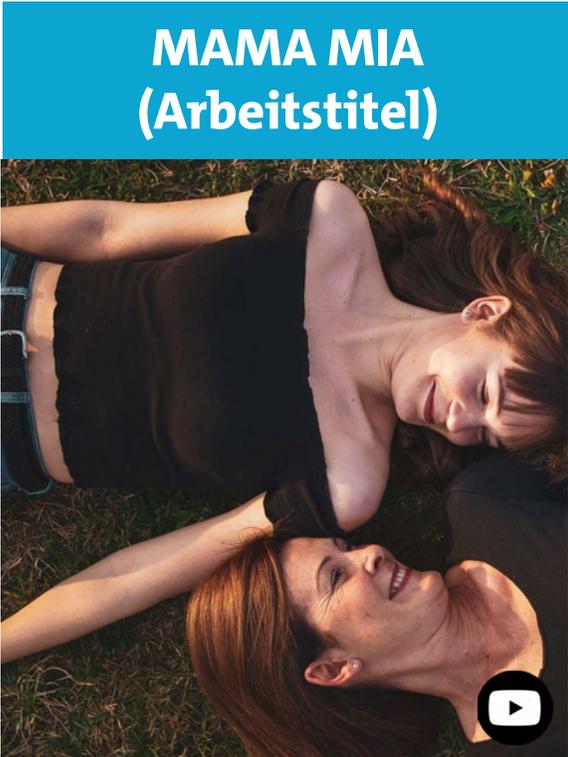
Das ist unser Ziel!



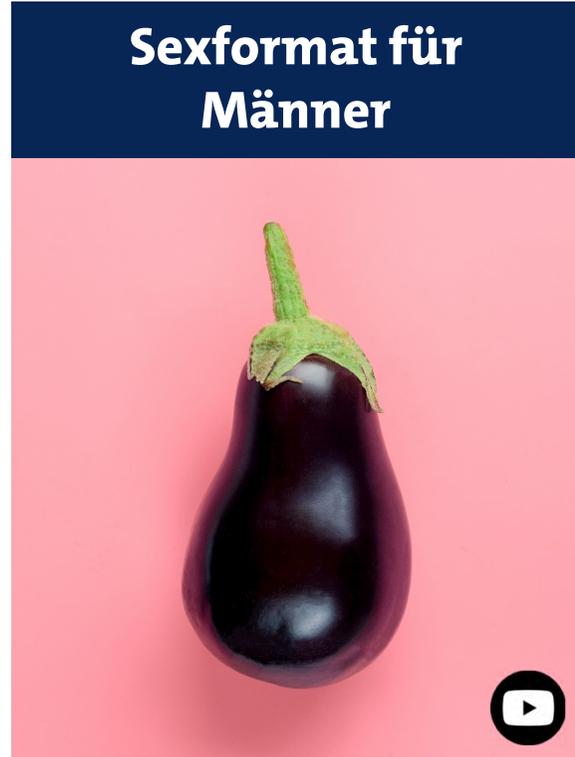
FORMATE IN ENTWICKLUNG

AUSBLICK

AUSBLICK



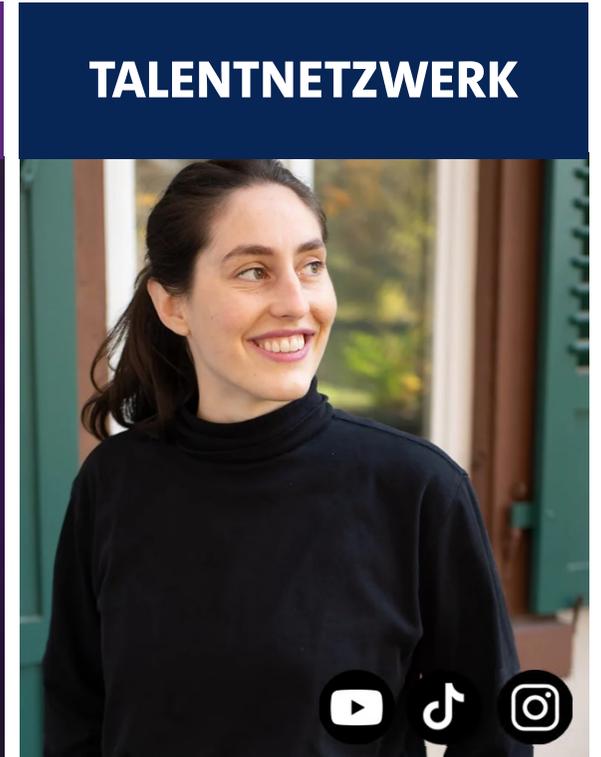
Entwicklungsphase mit
Produktionsfirma



Beginn
Angebotseinholung



Research
Zielgruppenbefragung



Scouting

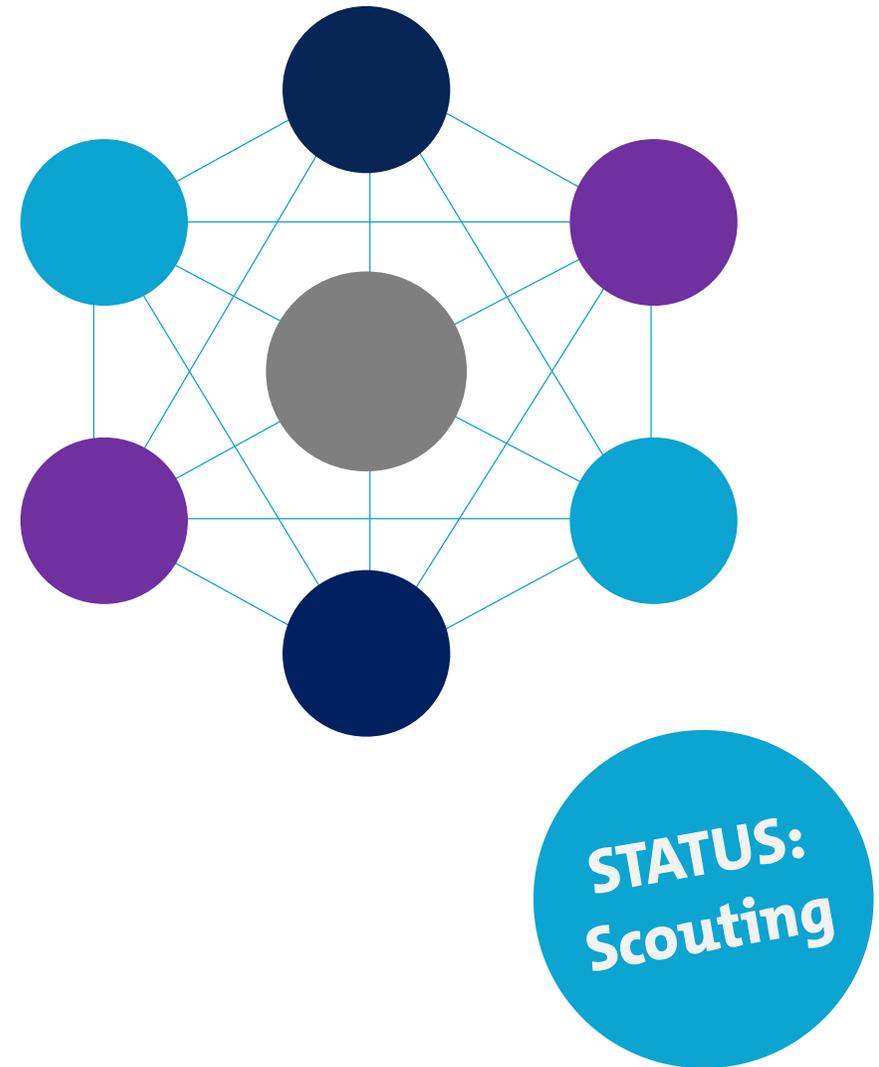
SWR»

SWR TALENTNETZWERK

NEU

TALENTNETZWERK

- **Ziel:** In ein bis zwei Jahren bis zu **10 Talente** aus BW und RP mit an Bord nehmen
- **Plattformen:** YouTube, Instagram oder TikTok
- Talente **redaktionell weiterentwickeln** und sie im SWR bekannt machen
- **Strategie:** Reichweitensteigerung für den SWR und für die Talente
- **Umsetzung** gemeinsam mit Talentagenturen
- Redaktion **gemeinsam mit Digitalredaktionen:** Digitale Formate und Innovationen RP, SWR3 PopUnit, IPEP



RAHEL JOY BECK – COMEDYTALENT



Ihre Mission: **Make Schwäbisch sexy again!**
Für eine Welt voller Dialekte!

**Geplanter
Start
März 2022**



DANKE FÜR DIE AUFMERKSAMKEIT



Marie Mayer

Leitung Digitale Formate BW
Management und Strategie

Marie.Mayer@swr.de

0711 929 13374



Kathrin-Anna Firle

Leitung Digitale Formate BW
Head of Content

Kathrin-Anna.Firle@swr.de

0711 929 12572



Lisa Grimm

Digitale Formate BW
Wissensmanagement

Lisa.Grimm@swr.de

0711 929 11292