

# Protokoll

Sitzung des Landesrundfunkrats Baden-Württemberg des SWR

am Freitag, 16. Juli 2021, 9.05 – 11.55 Uhr

Bürgerzentrum Südwerk, Steinhäuserstraße 22, 76135 Karlsruhe

---

## **Anwesend**

Breuning, Marjoke  
Bronner, Gerhard  
Cerqueira Karst, Leandro  
Daferner, Claudia  
Ehrenfeld, Eva  
Frey, Daniel  
Fröhlich, Barbara  
Gläser, Claudia  
Häffner, Petra, MdL  
Herkert, Thomas  
Hieber, Günther  
Jehle-Mungenast, Kai  
Jordan-Weinberg, Nora  
Koziol, Prof. Dr. Klaus  
Kugler-Wendt, Marianne  
Lehmann, Margarete  
Leidig, Dr. Ute, MdL  
May, Nicola  
Moritz, Doro  
Nemeth, Paul  
Pagel-Steidl, Jutta  
Paraschaki-Schauer, Argyri  
Pauli, Günther-Martin  
(Stv. Schopper, Theresa)  
Rapp, Dr. Regula  
Rietzler, Petra  
Rosenberg, Solange  
Rukwied, Joachim  
Şahan, Derya  
Schweickert, Prof. Dr. Erik, MdL  
Seiler, Peter  
Springer, Monika  
Strobel, Alexander  
Weckenmann, Ruth  
Wölfle, Sabine, MdL  
Zellhuber-Vogel, Petra

## **Entschuldigt**

Althaus, Prof. Christel  
Augustyniak-Dürr, Ute  
Dahlbender, Dr. Brigitte  
Fleischer, Gundolf  
Geibel, Karl  
Iervolino, Rino-Gennaro  
Kaiser, Prof. Dr. Dr. h. c. Bastian  
Kehle, Roger  
Kirchhoff, Prof. Dr. Renate  
Krueger, Andrea  
Makurath, Michael  
Perc, Dejan  
Podeswa, Dr. Rainer, MdL  
Reichhold, Rainer  
Rosenberger, Kai  
Ruth-Klumbies, Anke  
Salomon, Alexander, MdL  
Schopper, Theresa  
Stechl, Hans-Albert  
Stoch, Andreas, MdL  
Süß-Slania, Gitta  
Vitzthum, Dr. Anne Gräfin  
Wald, Tobias, MdL  
Walter, Joachim  
Weiß, Erol Alexander  
Werner, Stefan  
Wilske, Prof. Dr. Herrmann J.

## **Anwesend vom SWR (GL)**

Schneider, Stefanie

## **Anwesend von PR, BfC**

Sterzenbach, Angela  
Wolber, Melanie

## **Protokoll**

Barber, Klaus

**Anwesend vom SWR**

Abazovic, Ramija  
Croce, Laura  
Ebner, Christoph  
Fritzsche, Kerstin  
Heil, Peter  
Heilbrunner, Peter  
Heims, Günter  
Hofmann, Alex

**Anwesend vom SWR**

Kellenbenz, Borris  
Lüer, Rebecca  
Mertz, Rüdiger  
Narr, Dr. Andreas  
Oldenkott, Carola  
Schmidt, Annette  
Schmidt, Dagmar

---

Die **Vorsitzende** begrüßt zur ersten Präsenzsitzung der Legislaturperiode nach der Konstituierung des Rundfunkrats und damit zu einer Wiederkehr des Lebens. Sie begrüßt das Gremium und die Kolleg\*innen des SWR, insbesondere die Landessenderdirektorin, die drei Hauptabteilungsleiter, die Vertreter\*innen des Personalrats sowie die Beauftragte für Chancengleichheit. Sie dankt der Gremiengeschäftsstelle für die aufwändige Organisation dieser Präsenzsitzung. Anschließend stellt sie fest, dass mit der schriftlichen Einladung vom 30.06.2021 fristgerecht zu der Sitzung geladen worden sei. Die Beschlussfähigkeit des Gremiums mit 59 Mitgliedern sei bei der Anwesenheit von 32 Mitgliedern gegeben. Die Presse sei eingeladen worden, es sei aber niemand erschienen. Da es keine Änderungswünsche oder Ergänzungen zur Tagesordnung gebe, sei sie so beschlossen.

**TOP 1 Genehmigung des Protokolls**

Das Protokoll der öffentlichen Sitzung vom 26.02.2021 wird ohne Änderungen genehmigt.

**TOP 2 Bericht der Vorsitzenden**

**Die Vorsitzende** gratuliert zunächst in Abwesenheit mehreren Gremienmitgliedern, die bei der Regierungsbildung berücksichtigt worden seien. Frau Schopper sei zur Ministerin für Kultus, Jugend und Sport ernannt worden und Frau Boser sei dort zur Staatssekretärin ernannt worden. Frau Kurtz sei zur Staatssekretärin im Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz berufen worden und Frau Leidig sei nun Staatssekretärin im Ministerium für Soziales, Gesundheit und Integration. Sie alle würden aus dem Gremium ausscheiden. Weitere Änderungen gebe es beim Entsendeverfahren durch den Landtag. Als Nachfolgerin für Frau Leidig sei Frau Kern benannt worden, für Frau Boser werde der Landtag Frau Holmberg entsenden. Die Nachfolge von Frau Kurtz sei noch nicht festgelegt. Neues Mitglied des Gremiums entsandt von den Bildungsverbänden sei Frau Rietzler.

**Frau Rietzler** stellt sich kurz vor, sie vertrete im Landeselternbeirat die Gemeinschaftsschulen im Regierungsbezirk Freiburg, lebe mit ihrer Familie in Konstanz. Ihr Anliegen

sei es, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu stärken und beizubehalten.

Des Weiteren, so **die Vorsitzende**, scheidet Herr Kehle als Vertreter des Gemeindetages aus, ein verdientes Mitglied des Rundfunk- und Verwaltungsrats, das mehrere Jahre stellvertretender Vorsitzender des Landesprogrammausschusses gewesen sei. Auch hier sei das Entsendeverfahren noch nicht abgeschlossen. Ebenfalls scheidet Frau Daferner als Vertreterin des Landesjugendrings aus, die seit 14 Jahren Mitglied der SWR-Gremien sei und von 2013-2015 dem Landesprogrammausschuss vorgestanden habe. Die Vorsitzende habe sie als engagiertes und zugleich zurückhaltendes Mitglied erlebt, ohne sich mit Wiederholungen von Argumenten aufzuhalten, habe sie Diskussion häufig auf den Punkt zurückgeführt und die Eigenverantwortlichkeit des Rundfunkrats vorgelebt.

Die letzte Gratulation gehe an Frau Paraschaki, die nun Paraschaki-Schauer heiße. Sie habe nämlich geheiratet.

Zur allgemeinen Situation führt die Vorsitzende aus, die Zeit sei für die Gesamtgesellschaft und für den SWR sehr dynamisch, auch wenn der Einzelne durch Corona sie als Zeit des Stillstands empfinde. Von den Haushaltsberatungen im Herbst über die Sitzungen des Landesprogrammausschusses und die Fortbildungen bis hin zur großen Aufgabe des Dreistufentests sei die Gremienarbeit geprägt von dem Thema Veränderung. Die Offensive, um neue Zielgruppen zu gewinnen, und die Intensivierung der Berichterstattung im Internet werde deutlich, wenn etwas öffentlich diskutiert werde. Immer wieder gehe es um die Fragen: Was lässt man weg, um Neues tun zu können? Wieviel Veränderung verträgt der Sender und wieviel der Zuschauer bzw. die Zuschauerin? Welche Form ist die richtige? Das seien Prozesse, die alle Bereiche des Senders betreffen. Die Gremien wollten diesen Prozess begleiten, ihn kontrovers und konstruktiv diskutieren. Aber wie mache man das. Die Landessenderdirektorin habe gestern gesagt, der Prozess habe keine Alternative, aber er habe auch keine Garantie. Nur, wie könne man das feststellen. Um Entwicklungen über längere Zeiträume zu begleiten, seien Daten und Fakten wichtig. Sie habe gehofft, heute die aktuelle Medienanalyse zu bekommen, die wohl erst in der nächsten Sitzung besprochen werde. So bleibe den Rundfunkräten nur übrig, die Augen und Ohren aufzusperren, um zu hören, was Hörer\*innen oder User\*innen sagen, um so die Bewegungen vom Linearen ins Digitale begleiten zu können.

Als letztes wolle sie einen Hinweis vor allem an die neuen Mitglieder des Rundfunkrats geben, die wissen wollten, wie man hier mitarbeiten könne und was man fragen dürfe. Man dürfe hier alles fragen, man könne Themen über die Vorsitzenden auf die Tagesordnung setzen und man könne etwas zwischendurch oder unter dem Punkt Verschiedenes ansprechen. Man solle sich nur bewusst machen, ob der Punkt besser in einer öffentlichen oder besser in einer nicht-öffentlichen Sitzung angesprochen werden sollte.

### **TOP 3 Bericht der Landessenderdirektorin**

Unterstützt von einer Präsentation (**Anlage 1**) greift **die Landessenderdirektorin** das Stichwort "Stillstand" auf, denn davon könne beim Sender trotz Corona keine Rede sein.

Obwohl bei den Arbeitsbedingungen Vieles noch nicht wieder so sei wie vor der Pandemie, sei der SWR mehr denn je in Bewegung. Zum Beispiel werde das Nachrichten-Angebot "SWR update", das fürs Digitale entwickelt worden sei, seit dem Frühjahr auch linear gesendet. Die Sendung werde für Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz gemeinsam produziert, sei auch ein Experimentierfeld für Formen und für neue Gesichter und schaffe in Baden-Württemberg einen Einschaltimpuls. Gestern bei der Hochwasserkatastrophe in Rheinland-Pfalz sei dieses Format den ganzen Tag ab 8.00 Uhr stündlich im TV zu sehen gewesen. Das sei der Vorteil an solchen kleinen Formen, die man viel flexibler einsetzen könne als die Alltagsformate.

Seit Februar liege die Verantwortung für Online allein in Stuttgart und Mainz, es gebe keine App-Nachrichten mehr aus Baden-Baden. Es gebe auch keine vom SWR selbst erstellten überregionalen Meldungen mehr, sondern diese würden von der Tagesschau übernommen. Das vermeide doppelte Arbeit. Und ab Herbst sei geplant, die native SWR-Aktuelle-App abzuschaffen und den Einzug von den Nachrichten damit zu automatisieren. Der Zeitraum werde zunehmend wichtiger, nicht nur im Katastrophen-Fall, sondern auch zur Vorbereitung des Tages für alle Ausspielwege. Zu all dem werde der Newsroom in Stuttgart umgebaut zu einem Baden-Württemberg-Desk, der alle Themen im Land bündeln und koordinieren könne. Die Studios bekämen dann zentral von dort ihre Aufträge und nicht von den einzelnen Sendungen. Ziel sei es, mit so wenig Menschen wie möglich so viel Programm wie möglich herzustellen und effizienter alle Ausspielwege zu nutzen. Das seien alles Prozesse zur Vereinfachung und zur Ressourcenschonung, um Luft für neue Aufgaben zu bekommen.

Dass man mit der Struktur gut aufgestellt sei, habe sich kürzlich gezeigt, als der Corona-Impfstoff von Curevac nicht zugelassen worden sei. Da habe sich das Studio Tübingen plötzlich in einem Großkampftag befunden, habe reibungslos mit ARD aktuell, der Wirtschafts- und der Wissenschaftsredaktion zusammengearbeitet, um alles hinzukriegen.

Die Nutzung des SWR Aktuell Baden-Württemberg online Angebots habe sich in schwindelnde Höhen entwickelt: Im März habe im gesamten SWR-Online-Angebot bei SWR Aktuell mit 52,4 Millionen Visits die dritthöchste Monatsnutzung überhaupt erreicht. Inklusiv der anderen Ausspielwege sei damit ein neuer Bestwert erreicht worden. Wesentlichen Anteil an diesem Erfolg habe nach wie vor das Corona-Blog aus Baden-Württemberg. Auch die Fernseh-Nachrichten um 19.30 Uhr seien auf Erfolgskurs und hätten an einem Tag im Juni einen sensationellen Marktanteil von 32,3 % erzielt, das heiße jeder dritte TV-Zuschauer im Land habe die Sendung gesehen. Im Jahreschnitt seien es 23,7%. Trotz des explodierenden Mediums Online, sei das Lineare weiterhin wichtig.

Ein Schatten der Entwicklung sei, dass man bei Corona-Skeptikern, den sogenannten Querdenkern, nicht beliebt geworden sei. Im April habe es wieder eine große Demo in Stuttgart gegeben. Teams und Reporter\*innen seien zuvor in einem Workshop im Umgang mit aggressiven Demo-Teilnehmern geschult worden und ihnen wurde Security mitgegeben. Das habe nicht gereicht; ein Kollege sei bekanntermaßen mit Steinen beworfen worden und er habe eine Live-Schalte abbrechen müssen. Über diese Entwicklung könne

man sich nicht freuen. Man habe daraufhin die Schutzmaßnahmen und die Workshops intensiviert, man sei aber auch auf die Landesregierung zugegangen, denn es sei eine Staatsaufgabe, die freie Berichterstattung zu schützen. Es habe ein gutes Gespräch mit dem Innenministerium, der Stadt Stuttgart und mit anderen Medien gegeben, um zum Beispiel Schutzzonen für Live-Schalten einzurichten. Man wolle aber keinesfalls "embedded" arbeiten, integriert in Polizeicorps, denn die Berichterstattung müsse gegenüber der Polizei unbedingt neutral bleiben. Trotz des Schutzbedürfnisses dürfe man als Journalist nie den Eindruck erwecken, dass man Teil einer staatlichen Institution sei.

Der ganze Kulturbereich sei in der Pandemie auf Null gesetzt worden, was für viele Kulturschaffende, aber auch für alle anderen in der Branche Arbeitenden zu großen Problemen geführt habe. SWR1 habe zusammen mit der SWR-Bigband daher den Instagram-Kanal "Außer Betrieb" aufgelegt, auf dem Menschen und ihre Schicksale porträtiert würden, die Kulturveranstaltungen erst ermöglichen, die man aber normalerweise nicht sehe. Der Name stamme von einem Titel von Wolle Kriwanek, den die Bigband mit vielen baden-württembergischen Künstlern in einem Video gecovered habe.

Stillstand gebe es auch nicht bei der "Expedition in die Heimat". Mit dem neuen Moderator Ramon Babazadeh bekomme die Sendung einen neuen Pfiff. Und man wage sich auch wieder an Veranstaltungen: Auf der Landesgartenschau habe "Pop und Poesie" gestern eine Vor-Premiere gehabt, eine Veranstaltung, die wieder auf Tournee gehen könne und das Studio Friedrichshafen sende von Landesgartenschau, die um ein Jahr verschoben worden sei. Es gehe wieder langsam los. Das habe allerdings die SWR Bigband noch nicht geschafft, die dieses Jahr 70 Jahre alt werde. Das große Jubiläums-Konzert sei auf 2022 verschoben worden.

Die Media-Analyse sei diese Woche veröffentlicht worden, es gebe beim Radio einen ganz leichten Rückgang der Zuhörerschaft, das treffe alle Wellen gleichmäßig. Die Zahlen könne man der Chart entnehmen (Anlage 1, Seite 12+13). SWR1 Baden-Württemberg bleibe weiter das meistgehörte Programm im Land mit 1,25 Millionen Hörer\*innen, bei SWR4 seien es etwas mehr als eine Millionen Menschen. Die Zahlen seien auf hohem Niveau stabil. Radio bleibe das Medium, das den SWR am zuverlässigsten in der Bevölkerung verankere. Man müsse aber wissen, dass es verschiedene Zahlen der Hörer\*innen-Analyse gebe, denn die Befragungen orientierten sich vor allem am Bedürfnis der Privatsender, um ihre Werbepreise festzulegen, je nachdem, ob man nur das Einschalten eines Senders oder die Werberelevanz von einzelnen Stunden betrachte. Diese Verwirrung der Zahlen solle die Medienforschung mal bei eigenem Termin genauer erklären, am besten nach der Corona-Zeit, denn die Pandemie habe viele Hörgewohnheiten verändert.

SWR1 habe einen Hörer\*innen-Tag durchgeführt, bei dem alle Fragen zu Beiträgen, Musik und Sendeschema beantwortet und auch im laufenden Programm berichtet worden seien. So eine Aktion sei wichtig zur Bindung der Hörer\*innen, aber auch zur Legitimation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Zur Identifikation gehöre auch, die Heimatpflege ernst zu nehmen, so habe SWR4 wieder einen SWR-Mundart-Tag veranstaltet und die Studios würden im Sommer so weiter arbeiten, etwa bei einem Mundartwettbewerb mit der Badischen Zeitung und der Mundartgesellschaft.

Die große Strategie des SWR bedeute für den Landessender, dass man durch Umbau von linearen Programmen, die Menschen über 50 erreichten, zusätzlich Jüngere auf anderen Wegen erreichen müsse, das sei als expliziter Auftrag im Staatsvertrag niedergelegt. Das passiere vor allem im Netz und darauf würde der SWR reagieren. Konkret heiße das, die ARD-Mediathek müsse durch Angebote gestärkt werden, die online konsumiert würden. Das seien keine Magazine, sondern, Dokumentationen, Spielfilme und fiktionale Serien. In der Zweitverwertung sollten diese Angebote auch im Fernsehen laufen. Im Linearen müsse man die Aktualität stärken, am Beispiel Hochwasser zeige sich, dass Ereignisberichterstattung dort sehr nachgefragt werde. Die Stärkung beziehe sich aber nicht nur auf nachrichtliche Ereignisse. Über alles andere, was im Land passiert, etwa Umzüge, solle ebenfalls zeitnah oder sogar live im Fernsehen berichtet werden. Auf der anderen Seite werde es nur noch drei Sendungen geben, die nach Ländern getrennt ausgespielt würden: die Nachrichten, die "Landesschau" und "Zur Sache Baden-Württemberg". Das werde nicht zu einer mittleren Südwest-Identität führen, jedes Land müsse in seiner ganzen Authentizität erhalten bleiben. Die Kriterien der Berichterstattung müssten aus dem Land selbst kommen. So müssten Dialekte, die die Anderen nicht verstehen, etwa O-Töne von der Alb, trotzdem stattfinden. Da nehme man auch mal ein Nicht-Verstehen in Kauf. Das betreffe etwa den "Treffpunkt", der künftig gemeinsam mit Rheinland-Pfalz gesendet werde. Auch bei der Kultur werde es künftig eine gemeinsame regionale Kultursendung geben. Aus "Kunscht" und "Landesart" werde ein Angebot, das einen besser sichtbaren Sendeplatz erhalte. Das dadurch frei werdende Geld, bleibe in der Kultur, um digitale Angebote für Jüngere zu entwickeln. Das gleiche gelte für den Sport. Die Sendung am Sonntagabend werde künftig gemeinsam gesendet. Der Starttermin sei aber noch offen.

In der Planung sei, den ganzen Bereich Unterhaltung neu zu sortieren. Auch hier sollen neue Formate für Jüngere entstehen, so wolle man regionale Comedians gewinnen. Man wolle den Sendeplatz zwischen 18.15 Uhr und 18.45 Uhr besser bespielen. Und auch über den Hauptabend werde nachgedacht, um Dokumentationen mediathek-tauglicher zu machen.

Die Hörfunk-Flotte sei das erfolgreichste Medium und werde es noch lange bleiben. Man arbeite aber daran, Synergien besser zu nutzen, um Mittel für die digitale Entwicklung freizubekommen. Das werde aber mit Vorsicht geschehen, denn man wolle das Familiensilber polieren und nicht beschädigen.

Der SWR sei also mehr in Bewegung als einem manchmal lieb sei, an Unwetter-Tagen gehe man an die Grenzen, aber anders würde man die Ziele nicht erreichen. Der Umbau werde nicht ohne Einschnitte gehen und sie könne nicht versprechen, dass es das gewesen sei.

## TOP 4 Bericht aus dem Landesprogrammausschuss

**Frau Moritz** berichtet von einer intensiven Sitzung, in deren Mittelpunkt die Arbeit der Studios gestanden habe. Die Studioleiter\*innen hätten die spezifischen regionalen Themen und die Aufgaben präsentiert, deren wichtigste nun der Aufbau von regionalen Angeboten im Netz sei, denn junge Menschen hätten durchaus Interesse am Regionalen, aber man könne sie nicht für SWR4 gewinnen. Man habe dann diskutiert, welche Auswirkungen der Umbau ins Digitale habe. Für die Beschäftigten hieße es, sie müssten sich breiter aufstellen und ihr Aufgabengebiet erweitern. Die Arbeit werde mehr, aber dies könne nicht grenzenlos strapaziert werden. Deutlich sei auch geworden, dass der Aufbau des Digitalen mehr Geld koste, das aber nicht vorhanden sei. Da erweise es sich als sehr gut, dass der SWR in den vergangenen Jahren gut gehaushaltet habe. Doch diese Eigenmittel seien 2025 verbraucht und die weitere Finanzsituation des Senders sei unklar. Die Landessenderdirektorin habe ein sehr klares Bekenntnis für alle Studios und Büros abgegeben, was zustimmend aufgenommen worden sei.

Von den Maßnahmen, die es ermöglichen sollen, Jüngere zu erreichen, sei am intensivsten die Streichung des Mittagmagazins in SWR4 diskutiert worden, Dabei seien die Argumente für die Veränderung nachvollziehbar gewesen, der Wegfall des Mittagmagazins sei aber bedauert worden.

Anhand von Zahlen sei klar geworden, dass die Angebote für die ältere Zielgruppe beim SWR weiterhin sehr gut seien und die regionalen Nachrichten einen hohen Stellenwert hätten. Die Jüngeren müssten aber besser versorgt werden. Handlungsbedarf bestehe auch angesichts der Tatsache, dass durch die nicht erfolgte Beitragserhöhung dem Sender 39 Millionen Euro fehlten, was in etwa dem Jahresetat der Landessenderdirektion entspreche. Im Gremium sei der Wunsch erkennbar gewesen, zu erfahren, wo der Weg hingehe und wie das Ziel aussehe, die Landessenderdirektion habe aber aufgezeigt, dass der Prozess nie abgeschlossen sein werde, weil sich die Medienlandschaft und die Bedürfnisse der User\*innen weiter veränderten, und dass erst die Praxis der Umsetzung zeigen werde, wie die Veränderungen wirkten.

Sie schließe diesen Teil ihres Berichts mit dem Hinweis, den auch die Landessenderdirektorin schon gegeben habe, dass es explizit der Auftrag des SWR-Staatsvertrags sei, jüngere Menschen zu erreichen und dass daher die Verlagerung von Mitteln erfolgen müsse.

Die Programmbeobachtung im Landesprogrammausschuss sei gestern kürzer ausgefallen. Die Angebote der regionalen Nachrichten aus dem Studio Heilbronn und dem Studio Stuttgart seien aber eindrücklich beschrieben worden. Im Wesentlichen habe es positive Rückmeldungen gegeben. Außerdem seien zwei Folgen des spannenden Formats "Five Souls" ausgewählt worden. Sie könne es allen, die noch keine Sendung gesehen hätten, nur empfehlen, denn es sei ein sehr lebendiges Format zu Themen der interkulturellen Beziehungen. Die Verantwortlichen seien von allen im Gremium ermuntert worden, das Format fortzuführen. Für die nächste Programmbeobachtung habe man sich SWR aktuell vorgenommen.

## TOP 5 Aussprache zu TOP 2, 3 und 4

In der Aussprache gibt es vielfach Lob für die Ausführungen und den Mut, die vielen neuen Ideen zu entwickeln. **Eine Rundfunkrätin** regt an, auch den Zuschauern den Umbau des Senders im Fernsehen und im Radio zu erklären. Wenn bekannte Moderator\*innen des SWR und nicht nur der Intendant die Zuschauer\*innen an die Hand nähmen, wäre das wichtig und würde das Verbundenheitsgefühl stärken. **Die Landessenderdirektorin** stimmt zu, dass man die Veränderungen den Menschen erklären müsse, man müsse sich aber mit der Kommunikation noch genauer beschäftigen. Im Radio könne man tatsächlich die Hörer\*innen direkt ansprechen, was im Fernsehen etwas schwieriger sei.

**Herr Frey** erklärt, dass er es nicht unterstützen könne, wenn Formate geopfert würden, um in der Mediathek besser dazustehen. Sendungen wie das "Europamagazin" und der "Weltspiegel" hätten einen staatspolitischen Auftrag, den man nicht für Angebote in der ARD-Mediathek aufgeben dürfe. Diesbezüglich sei sicher noch sehr viel Gesprächsbedarf. **Die Landessenderdirektorin** erläutert dazu, dass diese Maßnahme noch nicht beschlossen sei, sondern lediglich von den Intendant\*innen diskutiert werde. Und da im Sender die Zuständigkeit zu diesen Formaten in der Programmdirektion Information liege, müsse das Thema im Rundfunkrat diskutiert werden. Sie greift auch die Frage auf, was man darunter zu verstehen sei, wenn Dokumentationen für die Mediathek tauglicher gemacht würden. Was das für die Filme bedeute, könne eingehender mit dem neuen Doku-Chef des SWR besprochen werden.

Da mehrfach die Rede davon gewesen sei, dass man Jüngere erreichen wolle, vermisst **ein Rundfunkrat** Ausführungen über "Das Ding" und fragt, was man aus den Erfahrungen mit der jungen Welle für den ganzen SWR ableiten könne.

Auch bei "Das Ding" liege die Zuständigkeit bei der Programmdirektion Kultur, so **die Landessenderdirektorin**. Es sei als lineares Angebot über UKW nicht überall gut zu empfangen, so dass es keine großen Marktanteile holen könne. Aber im Netz, wo Jugendliche medial unterwegs seien, erreiche es diese.

**Eine Rundfunkrätin** geht auf das von der Landessenderdirektorin formulierte Ziel ein, einen Marktanteil von 20% zu erreichen, der jetzt sogar bei 23% liege. Sie fragt, ob es auch in absoluten Zahlen mehr Zuschauer\*innen gebe oder ob das Ziel nur deshalb erreicht worden sei, weil durch die Streaming-Dienste die absoluten Nutzer-Zahlen gesunken seien. **Die Landessenderdirektorin** erläutert, dass sich das Ziel auf die Nachrichtensendung um 19.30 Uhr bezogen habe. Da die Basis der Messung die Zahl der Menschen sei, die tatsächlich an diesem Tag fernsehen, könnten die absoluten Zahlen bei gleichem Prozentsatz sehr schwanken. **Herr Heilbrunner** führt weiter aus, dass man in Corona Zeiten einen großen Zuspruch erlebt habe und dass man mit einzelnen Ausgaben der Nachrichten-Hauptausgabe über eine Million Zuschauer\*innen erreicht habe. Im Herbst habe man einen Schnitt 800.000 Zuschauer\*innen erzielt, jetzt habe sich das Niveau wieder auf etwa 600.000 eingependelt. Man wisse nicht, ob sich die Menschen wieder vom Linearen abgewendet hätten, aber sicher sei, dass ich der Markt segmentiere.

**Eine Rundfunkrätin** fragt, wie man der Sorge der Rheinland-Pfälzer entgegenzutreten wolle, dass ihr Land in einer der gemeinsamen Sport- bzw. Kultursendung nicht genügend abgebildet werde. **Eine weitere Rundfunkrätin** merkt an, dass der Sender gerade das Augenmerk auf den Auftrag lege, jüngere Menschen zu erreichen, es gebe aber auch den Staatsauftrag, als Zwei-Länder-Anstalt beiden Bundesländern gerecht zu werden. Diese schwierige Aufgabe müsse man ebenfalls erfüllen. Das Gefühl, zu kurz zu kommen, gebe es in dem anderen Bundesland schon immer, so **die Landessenderdirektorin**. Rheinland-Pfalz sei nur ein Drittel so groß wie Baden-Württemberg und habe eine andere Struktur und andere Ereignisräume. In der Regel gebe es aus Baden-Württemberg viel mehr zu berichten. Daran werde man auch im SWR nicht vorbeikommen. Man könne nicht halbe-halbe berichten und doch müsse in den Sendungen auch vorkommen, was in Rheinland-Pfalz wichtig sei. Das sei im Sport besonders schwierig, wo die Sendung in Rheinland-Pfalz nicht besonders erfolgreich gewesen sei. Aber sie wolle auch nicht, dass Baden-Württemberg schlechter aussehe. Grundsätzlich sei es ein kompliziertes Thema und keine einfache Diskussion im SWR. Man werde darum ringen, regionale Identität im Netz neu zu erfinden und beiden Ländern gerecht zu werden.

Bei all dem Lob, auch für die Kreativität, mit der bei den Veränderungen umgegangen werde, dem er sich anschließe, will **Herr Herkert**, doch Wasser in den Wein kippen. Man müsse auch in der Öffentlichkeit darstellen, dass sich der SWR auf Dauer nicht immer besser sparen könne. Das Problem werde bleiben. Da man im Moment aus der Überpolitisierung der Rundfunkbeiträge raus sei, dürfe man dabei nicht einschlafen, sondern müsse darstellen, wo die Kostenfaktoren dieser Entwicklung seien. Wenn eine Gesellschaft nicht bereit sei, gleich viel oder mehr in einen öffentlich-rechtlich verantworteten Rundfunk zu investieren, dann werde diese Gesellschaft auch weniger bekommen. Bevor gewisse politische Kräfte den öffentlich-rechtlichen Rundfunk wieder unter Beschuss nähmen, müsse man auch bezüglich der Finanzierung Ehrlichkeit an den Tag legen.

**Die Landessenderdirektorin** stimmt dem zu, auch wenn man im SWR derzeit nicht übers Sparen sondern über Umbau rede. Es gebe die Forderung, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk kleiner werden solle, andererseits gebe es Kritik bei allen Veränderungen, die dem SWR ganz gut gelängen anderen ARD-Anstalten etwas weniger. In diesem Widerspruch müsse man bestehen. Insofern wäre man froh, wenn sich auch Institutionen, die den Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sehen, sich von sich aus in der Diskussion zu Wort melden würden. Derzeit wirke es noch so, als seien die Kritiker des öffentlich-rechtlichen Systems lauter.

## TOP 6 SWR Schlager

Einleitend bemerkt **die Vorsitzende**, dass das Thema Schlager etwas Seltsames habe. Die meisten Menschen, die man spreche, würden sagen, dass sie niemals Schlager hörten. Auch bei Einlassungen hier im Gremium würde man dies weit von sich weisen. Aber es gebe doch Viele, die Schlager hörten, es wäre ein großer Markt und es wäre eine Musifarbe des SWR. Das Thema sei also größer als man denke.

Daher sei sie gespannt, von Frau Oldenkott zu erfahren, welche Ausspielwege und Reichweiten der Schlager im SWR habe.

SWR4 sei ein schlager-betriebenes Programm, so **Frau Oldenkott**, und man habe sich daher fast wissenschaftlich mit dem Thema beschäftigt. **(Anlage 2)** Zunächst wolle sie klären, was Schlager im SWR überhaupt ausmache. Man habe eine Homepage, sei auf YouTube, Instagram und Facebook und man habe einen Webchannel "SWR Schlager". Es gebe nicht nur viele Menschen, die gerne Schlager hörten, sondern auch viele, die sich für Schlager-Themen interessierten. Daher fänden auf diesen Plattformen Stories, Promi-News und vor allem Unterhaltung statt, die für sehr junge Menschen augenzwinkernd und frech gemacht sei. Da gebe es eine große Synergie mit SWR4, da viele Künstler dort auch eine Rolle spielten. Das hänge aber vom Künstler ab: Andi Borg beispielsweise spiele in dieser Zielgruppe keine Rolle, aber Vanessa Mai sei eine große Identifikationsfigur für junge Frauen und Männer. Die grundsätzliche Idee sei es, "ferne" und junge Menschen zu erreichen und über dieses Angebot eine Spur in den SWR hineinzulegen. So werden bei dem Format "On Mai Way" mit Vanessa Mai auf YouTube Verlinkungen zu anderen SWR-Angeboten gesetzt, etwa zu Schlager-Dokus, zu einem Ausschnitt aus "Verstehen sie Spaß" mit ihr oder zu passenden Inhalten von Funk.

Das Format "On Mai Way" sei vor einem halben Jahr gestartet, bislang seien 2 Staffeln à 13 Videos gelaufen. Die Videos seien über 6 Millionen Mal aufgerufen worden und der SWR habe damit 72 Millionen Menschen erreicht und die User hätten mit 400.000 Stunden damit verbracht. Das sei eine riesige Reichweite. Anschließend präsentiert Frau Oldenkott drei "getragene" Video-Beispiele mit den Künstlern Eko Fresh, Giovanni Zarrella und Carolin Niemczyk, der Sängerin von Glasperlenspiel. Die Künstler\*innen seien divers, regional, und cross over. Diese Mischung bekomme man bei einem Angebot für eine junge Zielgruppe automatisch, da sie unsere Gesellschaft heute ausmache.

Vor zwei Jahren habe die SWR-Medienforschung zum Thema Schlager eine Potenzialanalyse gemacht. Allein in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz habe es ein Potenzial von 4,3 Millionen Menschen gegeben, die sich für das Thema interessierten. Das seien nicht ausschließlich SWR4-Hörer\*innen, aber Menschen, die sich für Geschichten von Promis beschäftigten. Daher habe man Geld in die Hand genommen, um vor allem das Entwicklungsziel, mehr Junge zu erreichen, zu verfolgen. Das Format "On Mai Way" sei ganz gezielt für die Zielgruppe entwickelt worden, das nun gemeinsam mit einer Produktionsfirma umgesetzt werde. Die primäre Zielgruppe sei 25 bis 44 Jahre alt. Dafür baue man SWR4-Kanäle auf YouTube und Instagram um. Durch das Angebot von anderen Schlager-Inhalten sprängen die älteren User\*innen zwar ab, aber viel mehr Jüngere kämen hinzu. Die Zahl der Aufrufe habe sich verdoppelt. Dabei würden viele gar nicht mehr Kanäle abonnieren, sondern sie ließen sich von Exploring-Bereichen inspirieren, bei denen Inhalte vorbeigespült würden. Daher sei die Zahl der Klicks wichtiger als die Zahl der Abonnent\*innen und man habe bei SWR Schlager große Zuwächse bei den jungen und sehr jungen User\*innen.

Anhand der Logos zeige der letzte Chart der Präsentation das Schlager-Angebot. Das Thema spiele für unterschiedlichste Zielgruppen im ganzen SWR eine Rolle: Im

Fernsehen habe man die Schlager-Show neu entwickelt; die Kollegen der Fernseh-Unterhaltung machten Schlager-Spaß mit Andi Borg, der im TV gut funktioniere; in der ARD laufe "Immer wieder sonntags" mit einer traditionellen Zielgruppe, die in den Sozialen Medien von der Landessenderdirektion versorgt würden. Mit dem Radioprogramm SWR4 und den neuen Angeboten auf Instagram und YouTube bilde sich so ein Netzwerk mit vielen Synergie-Effekten und einer zielgenauen Ausspielung für die unterschiedlichen Zielgruppen.

In der Aussprache unterstreicht **Frau Wölfle**, dass der Schlager sich seit den 70er Jahren sehr verändert habe. Ben Zucker habe mit Roy Black wenig gemeinsam. Auf Konzerten sehe man heute Publikum zwischen 10 und 80 Jahren, die gemeinsam feierten. Schlager sei eine Chance, generationenübergreifend zu wirken und auch wenn der Sender zurzeit seinen Fokus auf jüngere Zielgruppen lege, sollte er Ältere nicht vergessen. **Andere Rundfunkräte** wollen wissen, ob es schon messbar funktioniere, junge Menschen zum Übergang zu anderen SWR-Angeboten zu bringen. Und sie fragen, ob es nicht Potenziale gebe, den Schlager auch bei "Das Ding" zu lancieren, da Junge nicht mehr in so festen musikalischen Kategorien dächten, sondern cross over hörten. Die höhere Akzeptanz bei Jugendlichen zeige sich auch darin, dass selbst die Studierenden der Popakademie vermehrt Schlager schreiben würden, weil sie darin einen Markt sähen. **Frau Oldenkott** erinnert, dass der Begriff Schlager nur in Deutschland so existiere und die harten Grenzen in den Musik-Genres nicht mehr so stark seien. Man würde das Thema Schlager auch mit "Das Ding" verknüpfen. Es lägen aber noch keine Zahlen darüber vor, ob es geklappt habe, Menschen in den SWR zu führen. Aber jene, die feiern wollten, würde man nicht vergessen, man würde mit SWR4-Hörer\*innen genau solche Veranstaltungen machen, etwa das SWR-Hörerfest in Karlsruhe mit 80.000 Besucher\*innen. Daran wolle man festhalten.

**Frau Pagel-Steidl und Frau Jordan-Weinberg** berichten, dass die Sprachverständlichkeit sehr leide, wenn unter Information ein Musikbett liege, wie etwa bei den Video-Beispielen, bei denen es gleichzeitig das Gespräch, die Musik mit Text und das Geräusch des Laufbands gegeben habe. Das schaffe Probleme bei Menschen mit Behinderung oder bei Senior\*innen, die Schlager auch wegen seiner Verständlichkeit mögen. Die Rundfunkrätinnen bitten darum, mehr zu beachten, dass unter Information liegende Musik nicht zu Reizüberflutung führe. Mit der Thematik solle der Sender sensibler umgehen. Es gebe schon seit 10 Jahren von der ARD Empfehlungen zur Sprachverständlichkeit im Fernsehen. **Frau Oldenkott** weist darauf hin, dass es das Format "On Mai Way" extra auch als Podcast gebe, weil auch Musik darin eine große Rolle spiele. Auf die Verständlichkeit müsse man aber noch einmal schauen.

**Die Vorsitzende** erinnert daran, dass das Thema der Verständlichkeit das Gremium schon seit Jahren begleite. Auch sie finde die permanente Beschallung anstrengend. Sie regt daher an, genauer zu untersuchen, in welchem Verhältnis ein Musikbett störend sei. Vielleicht könne die Untersuchung in einer Vereinbarung mit der Geschäftsleitung münden und sie stimmt einer Rundfunkrätin zu, die diese Diskussion auch auf Musik in politischen Beiträgen, also auf Emotionalisierung und Beeinflussung ausweiten möchte.

## TOP 7 Neues aus der HA Multimediale Aktualität

**Die Vorsitzende** erinnert daran, dass man bei der Nachbesprechung der Berichterstattung über die Landtagswahl im Frühjahr mit Herrn Heilbrunner gesprochen habe. Sie sei gespannt, welche Erkenntnisse nun für die bevorstehende Bundestagswahl gezogen worden seien.

**Herr Heilbrunner** erklärt vorweg, dass man die Erkenntnisse aus Landtagswahl nicht eins zu eins auf die Bundestagswahl übertragen könne. Alles was die Tagesschau mache, müsse der SWR nicht auch machen. Es gehe daher um die Lücke, die die ARD den regionalen Sendern lasse, um ein sinnvolles Angebot zu machen. Und für die Nutzer\*innen im Land sei vor allem die Ebene des Wahlkreises und der einzelnen Kandidat\*innen interessant. **(Anlage 3)** Es gebe zwei Hauptangebote des SWR, die man im Digitalen verfolge. Gestern sei der Wahlkreischeck online gegangen. In dem Projekt, das gemeinsam mit den Studios entstanden sei, würden alle 38 Wahlkreise in Baden-Württemberg mit deren wichtigsten politischen Themen und deren jeweiligen Kandidaten vorgestellt. Parallel dazu gebe es die gleichen Wahlkreis-Steckbriefe in Rheinland-Pfalz. Diese Steckbriefe würden sich langsam weiterentwickeln und mit zusätzlichen Inhalten ein immer größeres multimediales Angebot werden. Der Wahlkreischeck könne mit dem anderen Hauptangebot, dem Kandidatencheck, mit den überregionalen Angeboten und später mit dem Wahlergebnis-Portal verlinkt werden. Das streiche den Auftrag des SWR zur politischen Willensbildung heraus und stärke das Regionale.

Als anderes Hauptangebot sei der Kandidatencheck in Zusammenarbeit mit Infratest dimap neu aufgelegt worden. Hier wolle man den Erfolg bei den Landtagswahlen von 300.000 Abrufen wiederholen. Allen Kandidierenden sei ein Fragebogen mit drei offenen und zehn geschlossenen Fragen vorgelegt worden, damit sollen sich die Nutzer\*innen einen schnellen Überblick über die Kandidierenden verschaffen können. Daher sei der Fragebogen aus der Perspektive der Nutzer\*innen gestaltet worden, als Einstiegsangebot für Leute, die nicht die ausführlichen Wahlprogramme lesen wollten. Aus diesem Grund gebe es auch die Filter-Möglichkeit etwa nach Alter, Partei oder Themen. Der SWR sei der erste in der ARD gewesen, der dieses innovative Tool aufgesetzt habe; mittlerweile zögen der BR und der MDR nach.

Sicher würden die Rundfunkrät\*innen ihn anschließend fragen, warum das Angebot wieder Kandidatencheck heiße und der Name nicht geändert werde. Man habe sich dazu entschlossen, dass dies der Name sei, unter dem das Angebot gesucht werde, auch weil der Titel eingeführt sei, weil die beiden Wahlen zeitlich so nah beieinander lägen und weil das Teasing im Radio damit leichter falle. Bei der nächsten Wahl werde man sicher neu über den Namen nachdenken.

Darüber hinaus werde man im Digitalen wieder den Wahl-O-Mat einbinden und es werde das Tagesschau-Angebot in leichter Sprache geben. Und das Instagram-Format "Muss das so?" als Angebot für Einsteiger werde mit veränderten Themen neugestaltet, um weiterhin mit den Nutzer\*innen in Dialog zu kommen.

Als analoge Angebote würden bei SWR1 Leute alle Spitzenkandidat\*innen eingeladen und auch mit Zuschauerfragen befragt werden. Im Fernsehen gebe es die Wahl-Reportage gemeinsam mit den Kolleg\*innen aus Rheinland-Pfalz. Bei der Runde der Spitzenkandidat\*innen, die von Stephanie Haiber und Michael Matting moderiert werde, verzichte man auf die anschließende Analyse-Runde, aber es werde dazu erneut einen Fakten-Check geben. Beide Sendungen würden wieder mit Untertiteln und Gebärdensprache angeboten.

Den Wahlabend werde man stärker als bisher auf die Digital-Angebote ausrichten, mit einer eigenen Prognose und eigenen Hochrechnungen für Baden-Württemberg. Im Ergebnis-Portal verspreche man sich durch das andere Wahlverhalten im Bundesland einen Mehrwert, auch wenn dies für das Gesamtergebnis der Wahl keine Bedeutung habe. Und weil bei der Landtagswahl kritisiert worden sei, dass die Analyse zu kurz gekommen sei, solle es dieses Mal nicht so viele Reaktionen geben, stattdessen sollen mehr einordnende Beiträge und auch die Analysen der Experten schriftlich ins Netz kommen. Auch habe man sich entschlossen, den Wahlabend nicht aus Stuttgart, sondern aus der Landesvertretung in Berlin zu senden, da alle namhaften Kandidat\*innen bereits in Berlin seien. Man wisse aber, dass der Fokus auf dem Bundesergebnis liege, weshalb man nicht durchsenden, sondern mit Regelprogramm unterbrechen werde. Insgesamt werde man netto 3 Stunden auf 5 Stunden verteilt senden.

In der Aussprache wird zu der Entscheidung, den Namen Kandidatencheck nicht zu ändern, offen Kritik geäußert. **Frau Kugler-Wendt** befürchtet, dass man nun das Angebot auch in drei Jahren nicht ändern werde. Da die Anregungen im Gremium sehr deutlich gewesen und nun nicht angenommen worden seien, wolle sie das nicht ohne Widerspruch hinnehmen. Herr Heilbrunner solle versprechen, dass man den Namen beim nächsten Mal ändern werde. Unterstützung kommt von **Frau Şahan**, die die Begründung der Entscheidung mit Gewohnheiten der User\*innen und dem Algorithmus nicht ausreichend findet. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk müsse auch bei geschlechter-sensibler Sprache eine Vorbildfunktion haben.

Dass die Namensänderung beim Kandidaten-Check komme, glaube er schon, so **Herr Heilbrunner**. Da könne man ihn beim Wort nehmen. Im Moment habe man das Thema in der Geschäftsleitung diskutiert und auch wegen des geringen Zeitabstands von sechs Monaten sich gegen eine Änderung entschieden. Man müsse vorangehen, aber man müsse auch die Balance zu den angestammten Nutzern finden, die man nicht erschrecken dürfe.

**Herr Schweickert** zeigt sich anschließend erstaunt über die Vehemenz, mit der die Symbolpolitik zur Kandidatencheck-Frage vorgetragen werde, da die Argumente für die Entscheidung ja dargelegt worden seien und sich der SWR nicht die Aufgabe einer geschlechter-sensiblen Sprache gestellt habe.

**Mehrere Rundfunkrätinnen** mahnen an, beim Spitzenduell das Timing mit den Politikern besser abzustimmen. Angesichts der steigenden Briefwahlquote sei die Sendung bei der Landtagswahl zu spät terminiert worden. Es sei schwer, berichtet **Herr Heilbrunner**, den

richtigen Termin eines linearen Angebots zu finden. Da man aber davon ausgehe, dass die Briefwähler eher jüngere Menschen seien, sei es wichtig gewesen, mit einem Kraftakt das Online-Angebot früh zu befüllen, damit sich Wähler\*innen rechtzeitig ihr Urteil bilden könnten. Fürs Lineare sei der große Wahlabend mit der Spitzenrunde in der ersten Woche nach Ende der Sommerferien im Land. Da könne man ein höheres Zuschauerinteresse erwarten, auch wenn die Sendung lange nicht so entscheidend sei wie bei den Landtagswahlen.

Auf die Frage zur Wahl-Reportage, ob die Themen in beiden Bundesländern wirklich so gleich seien, oder ob nicht besser länderspezifische Sendungen gemacht werden sollten, antwortet **Herr Heilbrunner**, das sei eine Frage des Weglassens. Durch den Ausbau des Digitalen brauche man andererseits Entlastung. Getrennte Reportagen würden über Wochen pro Bundesland vier Mitarbeiter\*innen benötigen. Daher sei es sinnvoll, Synergien zu nutzen und die Reportage zu bündeln. Dabei wolle man die wichtigsten Themen je Bundesland herausarbeiten und die Teile geschickt miteinander verbinden, dass ein länderübergreifend funktionierender Film entsteht.

**Ein Rundfunkrat** ist sehr erfreut, dass am Wahlabend wieder die Moderator\*innen Haiber, Matting und Saunders eingesetzt würden, erinnert aber an die beißende Kritik nach der Landtagswahl, dass auf der Seite des Statistischen Landesamts die Gewählten schneller abrufbar gewesen seien als im Programm des SWR und dass damals die heißeste politische Phase durch eine endlos lange Sportsendung unterbrochen worden sei, ohne wenigstens durch ein Laufband über die Ergebnisse aus den Wahlkreisen zu informieren. **Herr Heilbrunner** berichtet, dass es an dem Wahlabend nur die vertraglich zugesicherte Sportschau geben werde, die regionale Sportsendung als Fehlfarbe aber entfalle. Auch für das Laufband sei ein Konzept entwickelt worden, so dass es Informationen von 18.00 Uhr bis 24.00 Uhr, möglichst nach Bundesländern getrennt geben werde.

Da **mehrere Rundfunkrätinnen** wissen wollen, ob man auch die Jungwähler und deren Willensbildung im Blick habe, etwa bei Gesprächen mit Menschen aus der Gesellschaft am Wahlabend, weist **Herr Heilbrunner** auf die anderen Angebote im SWR hin, etwa die von SWR3 und dem Ding. Zu der Frage, ob es nicht sinnvoll wäre, auch mit einem Studio in Stuttgart live dabei zu sein, antwortet er, man werde am Wahlabend im Land präsent sein, etwa zu den Studios schalten und man werde eventuell eine Gesprächsrunde aus Karlsruhe senden. Man müsse aber bedenken, dass an diesem Abend die Quoten für den SWR nicht hoch sein würden, abgeräumt werde bei der ARD und dem ZDF.

Dafür, dass Barrierefreiheit von Anfang bei der Planung an mitgedacht worden sei, gibt es großes Lob. **Eine Rundfunkrätin** bittet aber, dass eine Übersicht über das entsprechende Angebot rechtzeitig und nicht erst durch die SWR-Pressestelle drei Tage vorher veröffentlicht werde, da die Community zu solchen Angeboten gezielt zuschalte. Sie begrüße, dass leichte Sprache in Verbindung mit der Tagesschau angeboten werde, fragt aber nach länderspezifischen Informationen. **Herr Heilbrunner** sagt zu, dass man mit der Übersicht früher dran sein müsse. Leichte Sprache werde es wahrscheinlich wieder bei der Wahl-Reportage geben, das müsse er aber noch nachfragen.

Ob der SWR auch Angebote mache, um die große Anzahl der Nicht-Wähler an die Wahlurnen zu bringen, will **eine Rundfunkrätin** wissen. Das sei, meint **Herr Heilbrunner**, wohl weniger die Aufgabe des SWR, sondern eher die der Parteien. Der Beitrag des Senders könne sein, politikferne Menschen mit einfachen Inhalten Politik nahe zu bringen und ihnen am Ende so zu vermitteln, am Sonntag wählen zu gehen.

## **TOP 8 Verschiedenes**

Es gibt keine Wortmeldungen. Die Vorsitzende bedankt sich bei allen Beteiligten für intensive Diskussion und beendet die Sitzung.

Stuttgart, 9. September 2021

**gez. Klaus Barber**  
**Protokoll**

**gez. Nicola May**  
**Vorsitzende des SWR-Landesrundfunkrats Baden-Württemberg**



**TOP 3**  
**BERICHT DER**  
**LANDESSENDERDIREKTORIN**

—  
**FREITAG, 16. JULI 2021**

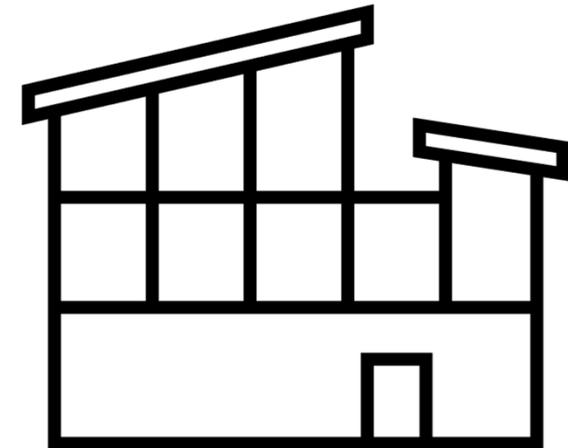
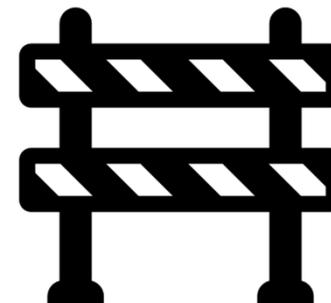
# BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN



multimedialer Nachrichten-Desk (MND)



Baden-Württemberg-Desk (BW-Desk)



# BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN







# BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN



# BERICHT DER LANDESENDERDIREKTORIN



# BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN

Ramon Babazadeh



# BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN





# BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN

## Ergebnisse der aktuellen Erhebung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse:

- 93,7% ab 14 Jahren hören regelmäßig min. ein klassisches und/oder ein Online-Audio-Angebot.
- Die Hörer\*innen sind dabei ihren Sendern treu – mit mehr als vier Stunden täglicher Nutzung (260 Minuten).
- Die Tagesreichweite (Mo-Fr) liegt bei 74,7%.
- DAB+ und Online-Audio verzeichnen weiterhin Zuwächse (v.a. 30-59 Jahre).
- 29,3% haben schon mal einen Podcast gehört, bei den 14- bis 49-Jährigen sogar 41,8%.

=> Radio bleibt ein verlässlicher  
Tagesbegleiter für die Menschen



# BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN

## So sieht es in Baden-Württemberg aus:

- SWR1 BW bleibt das meistgehörte Programm im Land.
- SWR1 BW erreicht täglich 1,25 Mio. Menschen, bundesweit 1,31 Mio.
- SWR4 BW hören täglich 1,03 Mio. Menschen, bundesweit 1,14 Mio.
- DASDING hören in BW und RP täglich 355.000 Menschen und bundesweit 461.000.
- Insgesamt schalten im Südwesten 5,78 Mio. Menschen täglich ein Programm des SWR ein.







**TOP 6**  
**SWR SCHLAGER**

—  
**FREITAG, 16. JULI 2021**

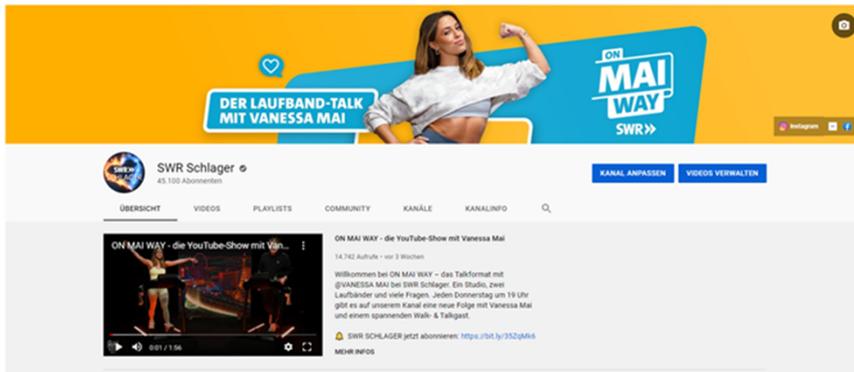
# AGENDA

- 1** SO SIEHT SWR SCHLAGER AUS
- 2** WARUM SWR SCHLAGER?
- 3** FÜR WEN IST SWR SCHLAGER?
- 4** SCHLAGERNETZWERK IM SWR

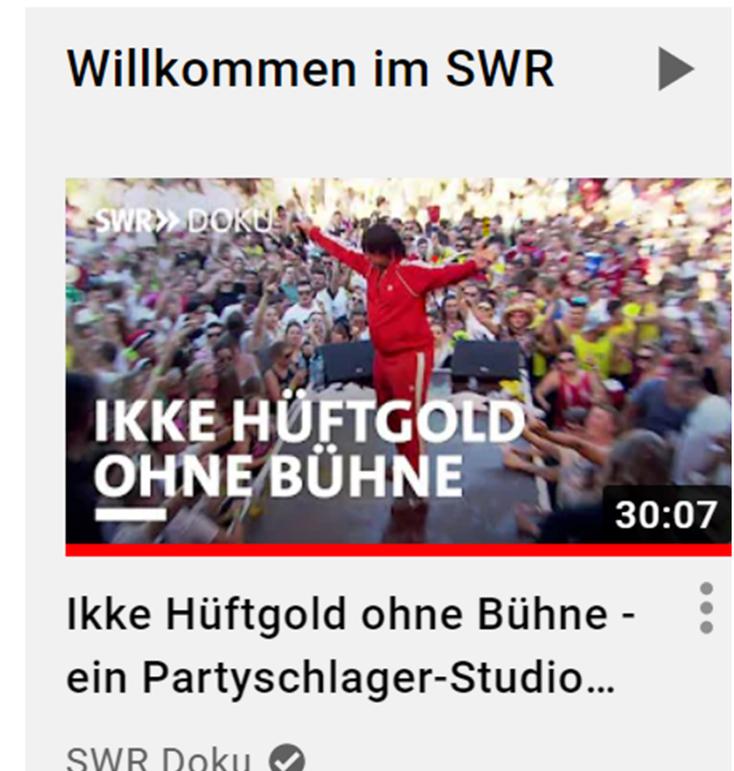
# SO SIEHT SWR SCHLAGER AUS



- unterhaltsamer Content
- Synergien mit vorhandenem Content
- “ferne“ und junge Zielgruppen
- neue Spur in die SWR Welt



- SWR.de
- YouTube
- Instagram
- Facebook
- Webchannel/Audio



# SO SIEHT SWR SCHLAGER AUS



# SO SIEHT SWR SCHLAGER AUS



# SO SIEHT SWR SCHLAGER AUS



# WARUM SWR SCHLAGER?

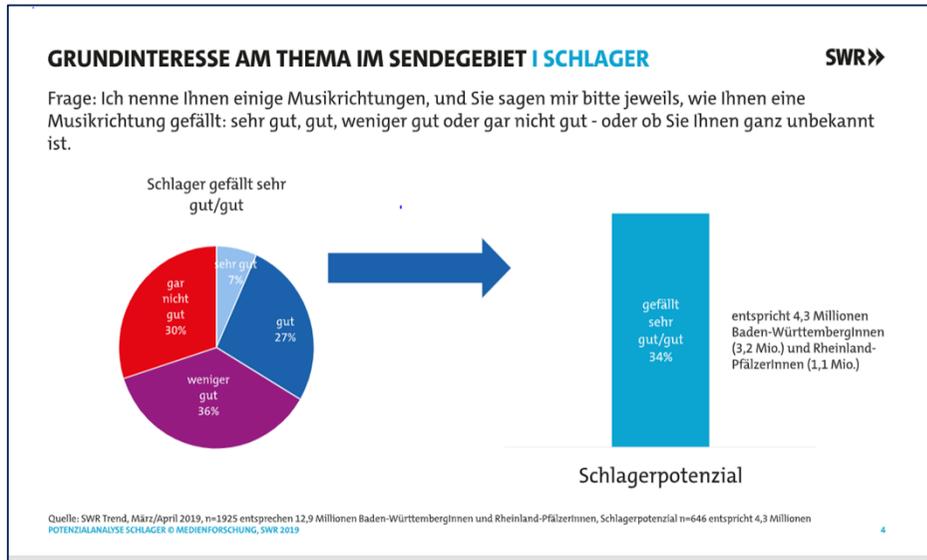
# POTENZIALANALYSE THEMA SCHLAGER

28. NOVEMBER 2019 | CAROLA OLDENKOTT, HA RADIO BW, JULIA SCOLARI, SWR MEDIENFORSCHUNG

Die Potenzialanalyse ist eine datenbasierte Entscheidungshilfe für die GL. Sie soll früh im Prozess aufzeigen, ob es sich lohnt mehr Zeit /Energie/ Aufwand in ein Thema zu stecken.

Ergebnis: Schlagerpotenzial entspricht 4,3 Millionen Baden-Württemberg\*innen (3,2 Mio.) und Rheinland-Pfälzer\*innen (1,1 Mio.)

1,8 Mio. unter 49





SWR >>

# ENTWICKLUNGSZIELE DES SWR

MEHR JUNGE- MEHR ONLINE-REICHWEITE- MEHR GESAMTREICHWEITE

# FÜR WEN GENAU IST SWR SCHLAGER?

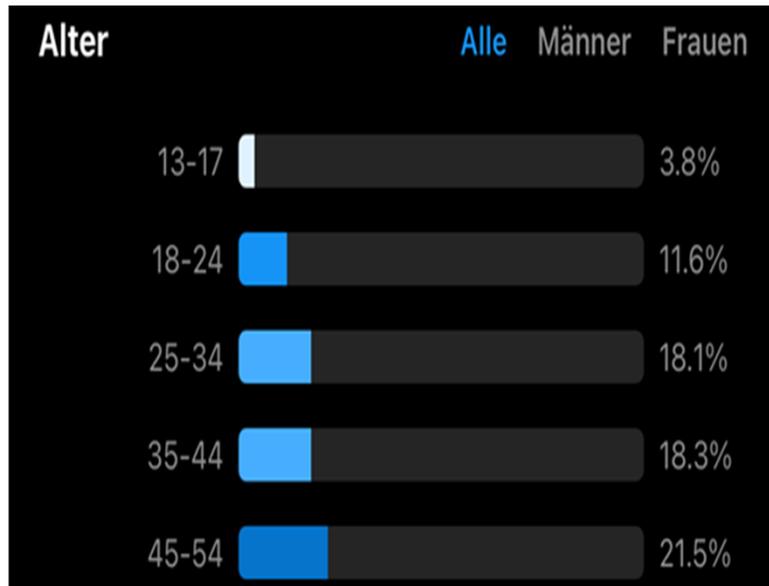
# INSTAGRAM, YOUTUBE — UMBAU ZWEIER ACCOUNTS



Primäre Zielgruppe: 18 bis 34

Stärkste Zuwächse seit Januar in der Gruppe 18 bis 24 und 13-17

Reichweite der letzten 30 Tage auf Instagram 1,9 Millionen Konten



Junge vertrauen auf Algorithmus

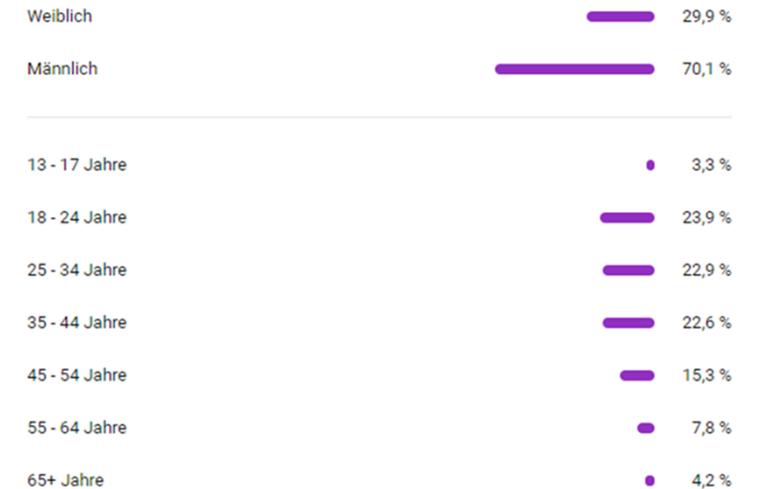


SWR»

Primäre Zielgruppe: 25 bis 44  
72,7% der Erreichten unter 44

## Alter und Geschlecht

Aufrufe - 04.11.2020 - 07.07.2021



# SCHLAGERNETZWERK SWR

SWR»





**TOP 7**

**NEUES AUS DER HA MULTIMEDIALE  
AKTUALITÄT**

—

**FREITAG, 16. JULI 2021**



# **BUNDESTAGSWAHL 2021**

## IN BW

**PROGRAMMPLANUNGEN  
HA MULTIMEDIALE AKTUALITÄT BW**

# VORWAHLBERICHTERSTATTUNG

# DIGITALANGEBOTE SWR AKTUELL BW

## SWR WAHLKREISCHECK

Multimediales Projekt der Regionalstudios in  
Zusammenarbeit mit LCZ in Stuttgart (und Mainz)

Vorstellung aller Wahlkreise (38 in BW, 15 in RP)

Wahlkreis als die für Wähler\*innen relevante Ebene:  
Welche (Bundes-) Themen sind hier besonders wichtig?  
Klarer Bezug zur eigenen Lebensrealität

Die spannendsten Wahlkreise (Promi-Kandidat\*innen,  
Wechselstimmung, Skandale etc.) werden zusätzlich von  
Politikwissenschaftler Ulrich Eith analysiert

Verlinkungskonzept zum SWR Kandidatencheck über die  
Direktkandidat\*innen

Nach der Wahl: Verknüpfung ins Wahlergebnisportal



# DIGITALANGEBOTE SWR AKTUELL BW

## SWR KANDIDATENCHECK

Alle Kandidat\*innen werden in einem Online-Portal mit einem Fragebogen vorgestellt

Angebot für Wähler\*innen, sich ein umfassendes Bild der Kandidierenden zu verschaffen

Filtermöglichkeiten (Alter, Partei, Themen, etc.)

Zusammenarbeit mit Infratest dimap als Dienstleister

Titel SWR Kandidatencheck bleibt bestehen:

- Produkt laut SEO-Expert\*innen bereits bekannt
- Zur LTW gezielte Suche nach Kandidatencheck und nach SWR Kandidatencheck
- Im Angebot selbst gendersensible Sprache

The screenshot shows the 'SWR Kandidatencheck' website for the 'Landtagswahl 2021 Baden-Württemberg'. The header includes the SWR AKTUELL logo and the hashtag #ltwbw21. A search bar is labeled 'Mein Ort' and 'PLZ / Wahlkreis'. There are sorting options for 'Sortieren' (set to 'Zufällige Sortierung') and a 'Filter' button. Below the search bar, there are 8 candidate cards, each with a portrait, name, party affiliation, and a 'Vergleichen' button. The candidate Dorothea Wehinger is marked as 'Gewählt' (elected).

Name	Partei	Status
Prof. Dr. Johannes Gröger	FREIE WÄHLER	Not elected
Kurt Wallschläger	FREIE WÄHLER	Not elected
Julius Erminas	Bündnis C	Not elected
Markus Waidmann	FDP	Not elected
Dr. Andrea Schröder-Ritzrau	SPD	Not elected
Emile Yadjo-Scheuerer	SPD	Not elected
Dorothea Wehinger	GRÜNE	Gewählt
Johanna Maria Krischke	KlimalisteBW	Not elected

# DIGITALANGEBOTE SWR AKTUELL BW

## VOR DER WAHL

### ❖ Wahl-Special

swr.de/wahl ab Mitte Juli 2021

Porträts und Erklärstücke,

Einbindung des Wahl-O-Mat,

Verlinkung zum umfangreichen BTW-Angebot der Tagesschau

TS-Angebot in leichter Sprache

Berücksichtigung aller Ausspielwege (Instagram, Facebook, Twitter, App, Ströer  
Video Screens, YouTube, etc.)

### ❖ Muss das so?

Instagram-Format von SWR Aktuell

wie bereits zur LTW: Wahlkampfthemen werden erklärt

endgültiges Konzept derzeit noch in der Weiterentwicklung mit dem SWR X Lab

# LINEARE ANGEBOTE SWR FERNSEHEN VOR DER WAHL

- ❖ **Wahl-Reportage**  
Die wichtigsten Wahlkampfthemen im Südwesten  
Gemeinschaftsproduktion mit LSD RP  
Sendetermin: 16.9.21 um 18.15 (30 min)
- ❖ **„Die Spitzenrunde“**  
Vertreter\*innen von CDU, SPD, AfD, FDP, DIE LINKE, GRÜNE  
Sendetermin: 16.9.21 um 20.15 Uhr (90 min)  
Live aus den Wagenhallen Stuttgart  
Moderation: Stephanie Haiber + Michael Matting
- ❖ Beide Sendungen werden mit Untertiteln und DGS angeboten (HbbTV / Red Button)



# **WAHLABEND**

### ❖ Wahlergebnisportal

Klassiker im digitalen Wahlangebot des SWR: Prognose, Hochrechnungen, Sitzverteilung, Wahlbeteiligung etc. Darstellung aller Wahlkreis- und Ortsergebnisse in BW und RP Ergebnisseiten einzeln teilbar

### ❖ Umfassende Online-Berichterstattung

Liveblog

Einordnende, analysierende Artikel

Politikwissenschaftlerin Manuela Römmele als Expertin

### ❖ Wahlsendungen als Livestreams



# LINEARE ANGEBOTE SWR FERNSEHEN

## WAHLABEND

Sendetermin: 26.9.21 | 17.45 - ca. 23.00 Uhr

Live-Berichterstattung mit Ergebnissen,  
Reaktionen, Analysen

Gesprächsrunden mit Vertreter\*innen der laut  
Prognosen bzw. Hochrechnungen  
voraussichtlich im BT vertretenen Parteien

Live aus der Landesvertretung BW in Berlin

Moderation: Stephanie Haiber und Michael Matting / Zahlen-Präsentation: Michael Saunders

Expertin: SWR-Korrespondentin Dagmar Seitzer

Barrierefreies Angebot mit UT und DGS (HbbTv / Red Button)

