

Der WDR als Kulturakteur

Anspruch • Erwartung • Wirklichkeit

Herausgegeben vom Deutschen Kulturrat

Gabriele Schulz
Stefanie Ernst
Olaf Zimmermann

Der WDR als Kulturakteur

Anspruch • Erwartung • Wirklichkeit

Herausgegeben vom Deutschen Kulturrat

Gabriele Schulz
Stefanie Ernst
Olaf Zimmermann

Bibliographische Information Die Deutsche Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

1. Auflage Berlin Dezember 2009

Alle Rechte bei Deutscher Kulturrat e.V.

Konzeption: Gabriele Schulz, Olaf Zimmermann

Interviews: Stefanie Ernst

Redaktion: Gabriele Schulz

Satz und Layout: Birgit A. Liebl

ISBN 978-3-934868-22-9

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort

der Intendantin des Westdeutschen Rundfunks Monika Piel 13

Vorwort

des Präsidenten des Deutschen Kulturrates Max Fuchs 16

Gefühlte Wahrheit

Prolog des Geschäftsführers
des Deutschen Kulturrates Olaf Zimmermann 21

Zahlen – Daten – Fakten

Gabriele Schulz, Stefanie Ernst, Olaf Zimmermann

1 Einleitung 29

1.1 Einführung in die Fragestellung 29

1.2 Methodisches Vorgehen 34

1.3 Abgrenzung des Untersuchungsgegenstands 38

**2 Gesellschaftliche Entwicklungen und
medienpolitische Antworten 51**

2.1 Von den Anfängen des WDR bis zum dualen System
als Herausforderung 51

2.2 Digitalisierung als zweiter medienpolitischer Urknall 64

2.3 Rundfunk als Teil der Daseinsvorsorge
oder als beliebiges Wirtschaftsgut 77

3	Der WDR wirtschaftlich betrachtet – Ein Überblick	89
3.1	Erträge des WDR	91
3.2	Aufwendungen des WDR für das Programm	94
3.2.1	Aufwendungen für den Hörfunk	99
3.2.2	Aufwendungen für das Fernsehen	109
3.3	Aufwendungen für das Personal	128
3.4	Aufwendungen für freie Mitarbeiter und die Nutzung urheberrechtlich geschützter Leistungen	130
3.5	Weitere Aufwendungen des WDR	135
3.6	Wirtschaftliche Beteiligungen des WDR	136
3.7	Der WDR im Vergleich zu anderen ARD-Anstalten	139
4	Arbeiten beim WDR – Arbeiten für den WDR	147
4.1	Zahl der Beschäftigten im WDR	149
4.2	Aus-, Fort- und Weiterbildung im WDR	160
4.3	Freie Mitarbeiter	171
5	Kultur „made by WDR“ – Ein Blick ins Programm	177
5.1	Kulturbeiträge und -sendungen des WDR	179
5.1.1	Kultur im WDR Fernsehen	181
5.1.2	Zulieferungen an Kultursendungen und Kulturbeiträgen zum Gemeinschaftsprogramm der ARD am Beispiel von Das Erste, arte, 3sat, Phoenix, Ki.Ka und Einsfestival	188
5.1.3	Kultursendungen und -beiträge im Hörfunk	195
5.2	Kulturanteile des WDR im Vergleich mit anderen ARD-Anstalten	204
6	Musik und Wort im WDR Hörfunk	209
6.1	Die Bedeutung des WDR für das Musikleben	214
6.1.1	Der WDR und populäre Musik	214
6.1.1.1	<i>Rock und Pop bei 1LIVE</i>	215
6.1.1.2	<i>Leichte Musik bei WDR 4</i>	219
6.1.2	Der WDR und die sogenannte ernste Musik	222

6.2	Der WDR „wortgewaltig“	236
6.2.1	Hörspiele im WDR	236
6.2.2	Features im WDR	243
6.2.3	Satirische Unterhaltung bei WDR 2	245
6.2.4	Evergreen: ZeitZeichen	245
6.3	Zielgruppenspezifische Angebote im WDR	246
6.3.1	Funkhaus Europa	246
6.3.2	Kinderprogramm	247
6.3.3	1LIVE Kunst	248
7	Von der Reportage zum Fernsehfilm – Zur Bandbreite im WDR Fernsehen	253
7.1	WDR Fernsehen	260
7.2	Deckung des Programmbedarfs	268
7.3	Der WDR – Ein starker Partner im ARD-Verbund	281
8	Der WDR in NRW	293
8.1	Veranstaltungen des WDR – Beteiligung des WDR an Veranstaltungen	294
8.1.1	Veranstaltungstypen	294
8.1.2	Aufwendungen für Veranstaltungen des WDR Hörfunk	299
8.1.3	Regionale Verteilung der Veranstaltungen	302
8.1.4	Und was sagen die Kulturverantwortlichen dazu	305
8.2	Kulturpartnerschaften WDR 3	310
8.3	Vom WDR vergebene Preise und Auszeichnungen	315
8.3.1	Musikpreise bzw. Preise für Musikvermittlung	315
8.3.2	Preise im Bereich Wort	318
8.3.3	Preise im Bereich Fernsehen und Film	319
8.3.4	Gesellschaftlich relevante Preise	320
8.4	Medienpädagogische Aktivitäten des WDR	323
8.5	WDR-Lehrstellenaktion	327
9	Verzeichnisse	331
9.1	Abbildungsverzeichnis	331
9.2	Tabellenverzeichnis	339

9.3	Literaturverzeichnis	343
9.3.1	Verwendete Literatur	343
9.3.2	Gesetze und Richtlinien	351
9.3.3	Bundesverfassungsgerichtsentscheidungen	353
9.3.4	Vom WDR zur Verfügung gestellte Materialien	353
10	Zu den Autoren	359

Der WDR: Besser als sein Ruf

Eine Bewertung

von Olaf Zimmermann und Gabriele Schulz	363
---	-----

Anhang

GESPRÄCHE MIT KÜNSTLERN UND KULTURVERMITTLERN

Hörfunk

„Die FAZ schrieb einmal, ich sei ein Radiokünstler“

<i>Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Hörspielautor Edgar Lipki</i>	<i>375</i>
---	------------

„Eines der großen Dilemmata im Bewusstsein der Medien- und Kulturschaffenden ist, dass sie so furchtbar berufsstolz sind“

<i>Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Journalisten und Schriftsteller Ulli Schauen</i>	<i>381</i>
--	------------

„Köln ist als Kunststadt insofern musikalisch vom WDR durch und durch geprägt“

<i>Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Jazzmusiker Gabriel Pérez</i>	<i>390</i>
---	------------

„Der Sender sollte wieder vermehrt den unmittelbaren Kontakt zu den Künstlern suchen!“

<i>Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Musikpromoter Didi Stahlschmidt, Hömma-Dortmund</i>	<i>393</i>
---	------------

„Dort hört man Musik, die sonst nicht gesendet wird“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Musikpädagogen
Prof. Dr. Jürgen Terhag, Hochschule für Musik und Theater Köln* 397

Fernsehen

„Die Arbeitsverteilung zwischen Festangestellten
und Freiberuflern hat sich eingespielt“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Regisseur
und Drehbuchautor Michael Meert* 401

„Der WDR hat seine Rolle im Deutschen Film sehr verändert“
Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Filmemacher Edgar Reitz 408

GESPRÄCHE MIT KULTURPARTNERN UND ANDEREN INSTITUTIONEN

Kulturpartner

„Maßgeblich ist, dass wir diese Präsenz in dem Kulturradio haben“
Stefanie Ernst im Gespräch mit Jolanta Nölle, Stiftung Zeche Zollverein 415

„Umgekehrt wird auch beim WDR hausintern die Kultur gestärkt“
*Stefanie Ernst im Gespräch Prof. Franz Xaver Ohnesorg,
Klavier-Festival Ruhr* 420

„Durch die Kulturpartnerschaft haben wir Ansprechpartner
in den verschiedensten Bereichen gewonnen“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit Prof. Dr. Rainer Springhorn
und Monika Goedecke, Lippisches Landesmuseum Detmold* 426

Kunsthochschule für Medien

„Das WDR Fernsehen wiederum ist zu einem regional
grundierten Vollprogramm für die älteren Zuschauer mutiert“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Medienwissenschaftler
Prof. Dietrich Leder, Kunsthochschule für Medien Köln* 431

Industrie- und Handelskammer Köln

„An der Profilierung des Standortfaktors Kultur
hatte der WDR immer einen großen Anteil“
Stefanie Ernst im Gespräch mit Dr. Ulrich Soénius, IHK Köln 438

GESPRÄCHE MIT MITARBEITERN DES WDR

„Wir sind für ganz Deutschland ein bedeutender Förderer
der musikalischen Newcomer“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit Andrea Schafarczyk,
Musik- und Eventchefin 1LIVE* 445

„Der WDR ist ein wichtiger Auftraggeber für Komponisten“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit Dr. Christoph Stahl,
Leiter der Hauptabteilung Orchester und Chor* 451

„Für den WDR hat das Kulturpartnerschaftsmodell
eine hohe Bekanntheit seiner Kulturträgerrolle bewirkt“
Stefanie Ernst im Gespräch mit Prof. Karl Karst, Wellenchef von WDR 3 453

„Die technischen Entwicklungen dienen in erster Linie
der Verbesserung in den Arbeitsabläufen für die Programmacher“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit Carsten Berndt, Direktion Produktion
und Technik, Technologie und Innovationsmanagement im WDR* 460

Vorworte

VORWORT

von Monika Piel,
Intendantin des Westdeutschen Rundfunks

Gut 20 Jahre liegt die vom WDR beauftragte Studie „Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor“ zurück. Vieles spricht dafür, sich nach einem so langen Zeitraum des Themas erneut anzunehmen – umso mehr angesichts der Schnelllebigkeit der elektronischen Medien. Zum einen waren die kultur- und medienpolitischen Rahmenbedingungen der damaligen Studie vollkommen andere als heute. Die Digitalisierung als wesentliche Triebkraft gesellschaftlicher Entwicklungen, insbesondere auf dem Gebiet der Kommunikation, war allenfalls in Ansätzen zu erkennen. Nur Technologieexperten konnten sich ausmalen, zu welcher explosiver Entwicklung sie in der Produktion und Distribution der Medien führen würde. Ein weiterer Aspekt: Zwar war der Wettbewerb im Dualen System des Rundfunks bereits entbrannt. Allerdings wurde er längst noch nicht mit der Schärfe geführt, die ihn heute durch die Vervielfachung des Angebotes, so mancher Renditeerwartungen von Investoren und aktuell der Folgen der Wirtschafts- und Finanzkrise häufig kennzeichnet.

Die Medienmärkte waren im Wettbewerb noch überwiegend getrennt, auch wenn sich einige Verlage bereits an Rundfunkunternehmen beteiligt hatten. Heute hingegen kann jeder zum Inhabereigentümer werden, was eine zusätzliche und zunehmende Konkurrenz für alle professionellen Anbieter darstellt. Und alle Inhalte (fast) aller Anbieter treffen im Internet aufeinander. Die immer noch zunehmende Zahl von Angeboten bedeutet auch: die Aufmerksamkeit – die zentrale Währung der Mediengesellschaft – wird buchstäblich minütlich spontan neu verteilt. Da wird es zunehmend auch eng für diejenigen, die mit Medienangeboten Geld verdienen wollen. Insofern wundert es nicht, dass angesichts dessen der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit seiner aus guten Gründen öffentlichen Finanzierung und seinem umfassenden Programmauftrag besonders genau und kritisch betrachtet wird. Allerdings ist es schon verwunderlich, dass selbst von einigen – nicht allen – Fachleuten Urteile über das kulturelle und kulturwirtschaftliche Wirken des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verbreitet werden, die einer Prüfung der Fakten längst nicht immer standhalten.

Genug Gründe also, um gut zwanzig Jahre nach der genannten Studie erneut nachprüfen zu lassen, was der WDR als Kulturakteur unternimmt, was er in seinen

Programmen anbietet, wie er mit den Kulturschaffenden aller Genres und der Kulturwirtschaft zusammenarbeitet. Kurz: welche Relevanz er für die Kultur heute hat und ob er seinen Kulturauftrag erfüllt.

Angesichts so mancher Voreingenommenheit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gegenüber kann das nur gelingen, wenn dies von unabhängiger Seite geschieht, weshalb wir ganz bewusst den Deutschen Kulturrat damit beauftragt haben, ist er doch der weithin anerkannt unabhängige wie sachkundige Dachverband der deutschen Kulturverbände, dessen Expertise in allen Belangen der kulturellen Entwicklung geschätzt wird. Wir haben uns gefreut, dass der Deutsche Kulturrat den Auftrag annahm, mit seinen Fachleuten ein Untersuchungsdesign entwickelt und in der Folge in akribischer Arbeit umgesetzt hat. Dazu haben Fachleute aus allen Bereichen des WDR Zahlen und Informationen zugeliefert, Haushaltspläne, Programmetats, Personalstände, Honorar- und Lizenzaufwendungen, Medienforschungsdaten. Buchstäblich Tausende von Seiten und Hunderte Programmstunden mit Kulturbezug. All dies haben die Autoren des Kulturrates gesichtet, nachgeprüft und abschließend in ihre Bewertung eingebracht. Ich glaube, man kann für alle Beteiligten feststellen, dass dies ein Prozess hoher Intensität war, geprägt von hohem professionellem Anspruch.

Das Ergebnis liegt nun vor Ihnen. Nicht zuletzt bestätigt es aufs Neue die alte journalistische Weisheit, dass Recherche unerlässlich ist. Nur dann kann eine wirklich sachkundige und kritische Diskussion über den WDR und den öffentlich-rechtlichen Rundfunk generell zu produktiven Ergebnissen führen. Einer solchen Debatte auf der Grundlage von Fakten – nicht etwa von Stimmungen, Eindrücken und Mutmaßungen – werden wir uns nie verschließen. Im Gegenteil! Aber der Unterschied zwischen den „gefühlten Wahrheiten“ über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk – Olaf Zimmermann spricht sie in seinem Prolog an – und seinem tatsächlichen Wirken für die Kultur und die Kulturwirtschaft sollte kleiner werden. Das würde ich mir sehr wünschen und hoffe deshalb, dass die Studie die gebührende Aufmerksamkeit findet. Sie schildert ausführlich das Ausmaß unseres kulturellen Engagements. Dieses Engagement ist nicht nur mir, sondern sehr vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des WDR ein großes Anliegen. Alles aufrechtzuerhalten kann nicht garantiert werden – es ist die große Herausforderung in Zeiten wirtschaftlicher Krise und damit stark rückläufiger Erträge auch beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Mein Dank gilt allen an der Studie beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Deutschen Kulturrats, insbesondere Frau Gabriele Schulz, für ihre Bereitschaft, sich auch in die manchmal komplizierte Materie eines so großen Senders, der noch dazu einer Vielzahl von Prüfungs- und Kontrollpflichten nachkommen muss, einzuarbeiten.

Ich freue mich sehr, dass die Autorinnen und der Autor unsere Rolle als Kulturakteur, sei es im Programm, in der Zusammenarbeit mit Kulturschaffenden aller Genres oder auch als Förderer der Kultur in Nordrhein-Westfalen und darüber hinaus, in vielen Bereichen positiv bewerten. Wo Anlass zur kritischen Nachfrage gesehen wird, werden wir darüber innerhalb und außerhalb des WDR diskutieren. Versprochen!

VORWORT

von Prof. Dr. Max Fuchs,
Präsident des Deutschen Kulturrates

Den Deutschen Kulturrat und den Westdeutschen Rundfunk verbindet eine langjährige Zusammenarbeit. Begonnen hatte alles mit der Kritik des Deutschen Kulturrates an der Verschiebung der ARD-Kulturmagazine am Sonntagabend. Der Deutsche Kulturrat hatte in einer Pressemitteilung die Frage aufgeworfen, ob die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ihren Anspruch auf Rundfunkgebühren nicht auf das Spiel setzen, wenn sie die ARD-Kulturmagazine in die späten Abendstunden verschieben und stattdessen eine Talk-Sendung über den Äther schicken. Diese Kritik rief bei den damaligen ARD-Intendanten Besorgnis hervor und der damalige WDR-Intendant Fritz Pleitgen wurde aufgefordert, das Gespräch mit dem damals in Bonn ansässigen Deutschen Kulturrat zu suchen. Dieses geschah.

Aus diesem Streit heraus erwuchs eine bereits seit mehr als einem Jahrzehnt andauernde Zusammenarbeit, geprägt durch offene und fruchtbare Diskussionen, aber auch durch das Herausarbeiten von Gemeinsamkeiten. Fritz Pleitgen und ich waren zusammen bei den GATS-Verhandlungen in Cancun, Mexiko. Gemeinsam haben wir in Parlamentarischen Mittagessen und Abendessen in Berlin versucht, die Abgeordneten des Deutschen Bundestags für die Themen GATS und UNESCO-Konvention Kulturelle Vielfalt zu sensibilisieren. Dieses war so erfolgreich und, wie ich denke, für beide Seiten nutzbringend, dass die Zusammenarbeit erfreulicherweise mit Monika Piel als Intendantin fortgesetzt wird.

Als die Idee einer neuen Studie zu den kulturellen und kulturwirtschaftlichen Wirkungen des WDR entstand, schlugen gleich mehrere Herzen in meiner Brust. Zuerst freute ich mich, dass diese Idee an den Deutschen Kulturrat herangetragen wurde, spricht daraus doch auch die Wertschätzung gegenüber der kulturpolitischen Kompetenz des Deutschen Kulturrates. Zugleich fragte ich mich, ob wir angesichts der guten Zusammenarbeit die nötige Distanz aufbringen, alle Zahlen und Daten objektiv zu beurteilen und tatsächlich die nötigen kritischen Nachfragen zu stellen. Andererseits war mir klar, dass Vertrauen bestehen musste, damit der Blick hinter die Kulissen tatsächlich zugelassen und auch kritischen Nachfragen nicht ausgewichen wird. Als ebenso wie wichtig wie der WDR erachtete ich, dass nicht nur das Fernsehen in den Blick genommen wird, sondern die gesamte Leistung des

WDR angefangen vom Radio bis hin zu den Veranstaltungen und verliehenen Preisen. Das sprach wiederum für den Deutschen Kulturrat, der den gesamten Kulturbereich in den Blick und eben nicht auf einige künstlerische Sparten konzentriert ist. Schließlich überzeugte mich das von Olaf Zimmermann und Gabriele Schulz erarbeitete Konzept, den Daten und Fakten sollten bewusst subjektive Meinungen gegenüber gestellt werden. Diese in den Interviews zum Ausdruck gekommenen Meinungen sind nicht repräsentativ im Sinne einer groß angelegten qualitativen Untersuchung, sie geben aber sehr gut die Stimmung im Kulturbereich gegenüber der Arbeit im WDR wieder. Beides, Untersuchung und Interviews, gehören zusammen. In der Zusammenschau entsteht ein Bild von den Leistungen des WDR, aber auch von seinen Schwächen und Problemen.

Mein Dank gilt dem WDR, der den Deutschen Kulturrat mit dieser Studie beauftragt hat. Er hat diese Untersuchung finanziert.

Danken möchte ich den Mitarbeitern des WDR für die Bereitschaft sich auf das Vorhaben einzulassen und für ihre Kooperation bei der Erhebung der Daten. Ulrich Timmermann und Jürgen Heuser haben an der Verfeinerung der Projektskizze mitgewirkt. Ulrich Timmermann war darüber hinaus als Projektleiter im WDR immer ein positiver Ansprechpartner, der auch innerhalb des WDR für das Vorhaben geworben hat. Herzlich danken möchte ich ebenfalls den Mitgliedern des Projektbeirats des WDR Margret Blesés (Verwaltungsdirektion), Werner Breidenbach (Hauptabteilung Personal), Karin Egle (Kultur und Wissenschaft, Fernsehen), Udo Harte (Mittelbewirtschaftung Hörfunk), Brigitte Heinz (Hauptabteilung Personal), Rainer Hesels (Strategie Fernsehen/Online Fernsehen), Jürgen Heuser (Hauptabteilung Kommunikation, Forschung und Service), Michael Landwehr (Hauptabteilung Programmmanagement Fernsehen), Christina Schenk (Hauptabteilung Finanzen), Rudolf Siegers (Mittelbewirtschaftung Hörfunk), Erk Simon (Medienforschung), Ulrich Timmermann (Verbindungsbüro der Intendantin), Elisabeth Waxweiler (Verbindungsbüro der Intendantin), Thomas Windgasse (Medienforschung), Martina Willscheid (Hauptabteilung Finanzen). Sie waren sowohl in den Beiratssitzungen als auch bei vielen Einzelgesprächen stets sehr kompetente und hilfsbereite Ansprechpartner, die zum Gelingen des Vorhabens beigetragen haben. Sie haben zusätzliche Materialien zur Verfügung gestellt und Hintergrundinformationen gegeben, die für das Verstehen der Daten unerlässlich waren.

Mein Dank gilt den Interviewpartnern für diese Studie, die sich teilweise sehr unverblümt geäußert haben und sehr angenehme auskunftsfreudige Gesprächspartner waren.

Birgit A. Liebl hat das Buch in kürzester Zeit gestaltet und umbrochen. Sie hat die Nerven in der Endphase behalten, dafür sei ihr herzlich gedankt.

Danken möchte ich aber auch den Mitarbeitern des Deutschen Kulturrates für die Erarbeitung dieser Studie. Wir haben wahrscheinlich alle am Anfang unterschätzt, wie viel Arbeit dahinter steckt.

Wünschen möchte ich der Studie viele aufmerksame Leser, die sich mit der Fülle an zusammengetragenem Material befassen. Die Debatte um die Wechselwirkung zwischen Kulturwirtschaft, öffentlichem Kultursektor und gemeinwohlorientierten Kulturbereich erhält durch diese Studie wichtige Impulse.

Prolog

GEFÜHLTE WAHRHEIT

Ein Prolog von Olaf Zimmermann,
Geschäftsführer des Deutschen Kulturrates

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk, auch der Westdeutsche Rundfunk, steht deutlich in der Kritik. Es ist erst wenige Wochen her, dass der zweite Mann im Staat, Bundestagspräsident Norbert Lammert, dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk Versagen vorgeworfen hat. Statt die konstituierende Sitzung des Parlaments im „Ersten“ oder im „ZDF“ zu übertragen, brächten die Sender Komödien und Seifenopern. „Mit souveräner Sturheit“ stellten sie Unterhaltung vor Information, sagte Lammert und verwies darauf, dass der gebührenfinanzierte öffentlich-rechtliche Rundfunk sein „üppig dotiertes Privileg“ dem Parlament verdanke. Insofern sei die Programmentscheidung „im wörtlichen Sinne bemerkenswert“.

Vielen im Kulturbereich wird der Bundestagspräsident aus der Seele gesprochen haben. Immer mehr Unterhaltung, immer weniger Information und Kultur?

Auch die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages hat in ihrem Abschlussbericht im Dezember 2007 vor der „Popularisierung des Kulturangebotes“ im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gewarnt. Als Mitglied dieser Enquete-Kommission ist mir noch gut in Erinnerung, dass kein anderes Thema der Enquete, und derer waren sehr viele, in den fast vier Jahren der Erarbeitung des Abschlussberichtes so emotional und fundamental diskutiert wurde, wie die Frage nach dem Kulturauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und seiner Erfüllung.

Am deutlichsten wurde mir aber, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk ein massives Akzeptanzproblem hat, als der Deutsche Kulturrat, der Deutsche Gewerkschaftsbund und der Verbraucherzentrale Bundesverband im Juni des letzten Jahres auf einer gemeinsamen Pressekonferenz forderten, dass die Online-Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht beschränkt werden dürfen und gegen diese Empfehlung Kulturverbände lautstark öffentlich demonstrierten.

Viele Künstler, Kulturschaffende und Kulturpolitiker sehen die Arbeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks kritisch. Und wer hat sich selbst noch nicht über die ein oder andere vermeintliche „Kulturlosigkeit“ von ARD und ZDF mokiert. Interessant dabei ist, dass fast immer das Fernsehen im Fokus der Kritik steht. Der große öffentlich-rechtliche Teil Radio und das zunehmend wichtiger werdende Internet werden selten kritisiert, aber auch nur selten gelobt. Und beim Fernsehen

fällt auch selten der Blick auf die Dritten Programme, sondern eigentlich stehen Das Erste und das ZDF im Blickpunkt. Bei dieser Medienkritik aus dem Kulturbereich sind die Kritiker in erster Linie Nutzer des öffentlich-rechtlichen Angebotes, aber mit einer deutlichen kulturellen Vorliebe.

Neben der reinen Nutzung spielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk aber auch als wirtschaftlicher Partner des Kulturbereiches eine bedeutende Rolle. Wenn man mit Komponisten, Literaten und anderen Künstlern spricht, wird schnell deutlich, dass es ein symbiotisches Verhältnis zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt. Ohne den BR, den SWR, den RBB, den WDR, das ZDF und die anderen öffentlich-rechtlichen Sender würden viele ihre künstlerischen Obsessionen nicht leben können, aber auch die Sender hätten fast kein neues sendefähiges Material.

Intendanten von Theatern, Ausstellungsmacher und andere Menschen aus dem öffentlich finanzierten Kulturbetrieb brauchen den Multiplikator öffentlich-rechtlicher Rundfunk, um ihre Einrichtungen der Öffentlichkeit präsentieren zu können. Und die gerade in den letzten Jahren von der Politik so hoch gepriesene kleine Kulturwirtschaft, die Filmproduktionen, die freien Dokumentarfilmer, die Autoren und freien Journalisten, können meist ohne die Auftraggeber aus den öffentlich-rechtlichen Sendern nicht überleben. Aber ohne die vielen freien Kulturschaffenden und kleine Kulturunternehmen müssten wohl auch die Sender ihren Betrieb rasch einstellen oder zumindest sehr stark einschränken.

Trotz dieser Symbiose sind die Machtverhältnisse zwischen den Sendern und den Kulturschaffenden, zumindest gefühlt, keineswegs ausgeglichen. Gerade einzelne Künstler und kleine kulturwirtschaftliche Unternehmen fühlen sich den großen Sendern auf Wohl und Wehe ausgeliefert. Und unzweifelhaft ähneln die großen Sender, mit ihren tausenden Mitarbeitern und ihren ausgeklügelten hierarchischen Strukturen, ihren Rechts- und Honorarabteilungen, oft mehr einem Ministerium als einem Kulturbetrieb. Und auch wahr ist, dass viele Mitarbeiter in den Sendern bewusst oder unbewusst diese strukturelle Macht auch ausstrahlen.

Eine Symbiose zwischen zwei so ungleichen Partnern ist kein einfaches Unterfangen. Gerade weil viele Freiberufler aus dem Kulturbereich den öffentlich-rechtlichen Rundfunk brauchen und weil sie die Ungleichgewichtigkeit bei der Zusammenarbeit spüren, sind sie, so meine These, die heftigsten Kritiker des Systems. Die Autonomie des Künstlers ist eine tragende Säule des zeitgenössischen Künstlerselbstverständnisses, auch wenn sie wohl in ihrer Radikalität letztlich nur ein Wunschtraum ist. Trotzdem wird diese gewünschte Autonomie gerade bei der überlebensnotwendigen Zusammenarbeit mit den großen Sendern auf eine harte Probe gestellt.

Doch was ist wirklich dran an den Vorhaltungen aus dem Kulturbereich an dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland. Sinkt das Niveau wirklich ins Bodenlose? Gewinnt die seichte Unterhaltung wirklich die Oberhand über die seriöse Information und die ernste Kultur? Beuten die Sender die freiberuflichen Kulturschaffenden wirklich immer mehr aus? Werden die Kultursendungen wirklich immer mehr in die Spartenprogramme oder in die späten Nachtstunden verschoben?

Nach meinen Erfahrungen als Mitglied in der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages lassen mich diese Fragen nicht ruhen. Für das Kapitel „Kulturauftrag und kulturelle Tätigkeit des Rundfunks“, in dem dem Deutschen Bundestag vorgelegten Abschlussbericht der Enquete-Kommission, wurde letztlich keine wirkliche Untersuchung unternommen, sondern eine gefühlte, von hauptsächlich persönlichen Fernseh-Erlebnissen der Mitglieder der Enquete geprägte, Analyse wurde zum Faktum erklärt. Die Enquete-Kommission war sich dieser Situation sehr wohl bewusst, auch deshalb regte sie eine regelmäßige Evaluation der Erfüllung des Kulturauftrags durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk an, die wirkungsvoll durch eine externe Institution durchgeführt werden sollte.

Der gefühlten Wahrheit Fakten gegenüberzustellen, die die Gefühle bestätigen oder widerlegen, muss das Ziel sein. Gerade der Kulturbereich, der vom Wohl und Wehe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks unmittelbar betroffen ist, kann es sich nicht leisten, seine Beurteilungen zu einem nicht geringen Anteil aus dem Bauch heraus zu treffen. Aber auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk wird, davon bin ich fest überzeugt, die Unterstützung aus dem Kulturbereich brauchen und um sie kämpfen müssen, wenn er sich in den nächsten Jahrzehnten weiterentwickeln will. Das symbiotische Verhältnis zwischen Kulturbereich und öffentlich-rechtlichen Sendern wird in den nächsten Jahren auf einige Bewährungsproben gestellt werden. Wir sollten bei diesen wichtigen Diskussionen zumindest die Fakten kennen.

Zahlen – Daten – Fakten

Gabriele Schulz
Stefanie Ernst
Olaf Zimmermann

Einleitung

1 EINLEITUNG

1.1 Einführung in die Fragestellung

Im Jahr 1989 erschien die Studie „Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor“ von Karla Fohrbeck und Andreas Joh. Wiesand (Fohrbeck/Wiesand 1989). In dieser Studie wurde umfassend dargestellt, welche allgemein wirtschaftliche und welche kulturwirtschaftliche Bedeutung der WDR für die Stadt Köln sowie das unmittelbare Umland, für das Bundesland NRW und darüber hinaus für Deutschland hat. Auf dieser Grundlage wurden die wirtschaftlichen Effekte in den Mittelpunkt der Betrachtung gerückt, die durch Aufträge an Dritte aus Rundfunkgebührenmitteln möglich wurden.

Das Buch „Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor“ erschien zu einem Zeitpunkt, als die Debatte um die wirtschaftlichen Implikationen von Kultur begann. Marlies Hummel und Manfred Berger hatten im Jahr 1988 die Studie „Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur“ (Hummel, Berger 1988) vorgelegt. Hier wurde der Begriff der Umwegrentabilität von Kultur geprägt, also herausgearbeitet, dass Investitionen in Kulturinstitutionen wirtschaftliche Effekte entweder als direkten Konsum der Kulturnutzer oder aber als indirekte Investitionen der Kulturinstitutionen hervorrufen. Der 1. Kulturwirtschaftsbericht eines Landes, der Kulturwirtschaftsbericht NRW (Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1992), erschien im Jahr 1992.

Heute haben fast alle Länder Kulturwirtschaftsberichte erarbeiten lassen und auch auf der Bundesebene wurde im Jahr 2009 mit dem Bericht „Kultur- und Kreativwirtschaft: Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionsmerkmale der heterogenen Teilbereiche der „Kulturwirtschaft“ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht“ (Kultur- und Kreativwirtschaft 2009) ein erster Kulturwirtschaftsbericht vorgelegt. Die „Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung“, die gemeinsam vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und dem Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien getragen wird, befasst sich mit den Veränderungen in einzelnen kulturwirtschaftlichen Märkten und lotet aus, inwieweit Maßnahmen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Kultur- und Kreativwirtschaft ergriffen werden müssen.

Auf der europäischen Ebene wurde im Jahr 2006 erstmals ein Kreativwirtschaftsbericht vorgelegt. Hier wurde die Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die wirtschaftliche Prosperität der Mitgliedstaaten der Europäischen

Union hervorgehoben. Die Kultur- und Kreativwirtschaft soll gezielt in die sogenannte Lissabon-Strategie einbezogen werden. Die Lissabon-Strategie soll dazu dienen, die EU bis zum Jahr 2010 zum größten wissensbasierten Wirtschaftsraum zu entwickeln. In diesem Kontext wird Kultur vor allem unter ökonomischen Aspekten und weniger mit Blick auf ihre gesellschaftlichen Wirkungen in den Blick genommen. Diese Betrachtungsweise findet eine Parallele in der Rundfunkpolitik der EU-Kommission. Obwohl Rundfunkpolitik laut Zusatzprotokoll des Amsterdamer Vertrags in die Zuständigkeit der Mitgliedstaaten fällt, beobachten sowohl die EU-Kommission als auch das Europäische Parlament sehr genau die Aktivitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in den Mitgliedstaaten. Weiter werden angesichts der fortschreitenden Digitalisierung und den sich daraus eröffnenden neuen Verbreitungswegen für Rundfunk sowie veränderter Präsentationsformen auf der europäischen Ebene die Grenzen zwischen Rundfunk- und Telekommunikationspolitik stets neu ausgelotet. Darüber hinaus wird gerade hier immer wieder geprüft¹, ob der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Grenzen der Gemeinwohlorientierung überschreitet und zu einer wirtschaftlichen Konkurrenz zu privatwirtschaftlichen Anbietern wird. Dabei wird jeweils die Frage aufgeworfen, ob der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht vor allem unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten betrachtet werden müsse und seine kulturelle Bedeutung zu vernachlässigen sei².

Seit Erscheinen der Studie „Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor“ im Jahr 1989 hat sich aber nicht nur die Diskussion um Kulturwirtschaft, sondern auch die Medienlandschaft in Deutschland durch die neuen Medien grundlegend verändert. Mobiltelefone werden zu Rundfunkgeräten, Sendungen können zeitversetzt im Internet abgerufen werden, Rundfunkanstalten bieten zusätzliche und weiterführende Informationen im Netz an, im Gegenzug werden Telekommunikationsunternehmen zu Inhalteanbietern mit Rundfunkcharakter. Mit Plattformen wie You Tube und My Space, aber auch sozialen Netzwerken wie Facebook oder StudiVZ, wächst eine Konkurrenz heran, die insbesondere bei jüngeren Menschen Zuspruch findet. Die Digitalisierung ist also nicht nur eine technische, sondern auch eine inhaltliche Herausforderung.

Gerade die jüngere Generation, die mit dem Internet aufwächst, zeigt eine große Affinität zu den neuen Medien. Laut ARD/ZDF-Onlinestudie (2009) nutzen die 14- bis 29-Jährigen das Internet stärker als die traditionellen analogen Medien. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten müssen sich mit ihren Angeboten auf diese veränderte Mediennutzung einstellen. Vor diesem Hintergrund ist

-
- 1 Anlass für die Prüfverfahren sind nicht zuletzt Initiativen privatwirtschaftlicher Mitbewerber.
 - 2 In Kapitel 2 wird näher auf diesen Aspekt eingegangen.

es verständlich und erforderlich, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ihr Internetangebot ausweiten. Zugleich müssen die wirtschaftlichen Anliegen der Auftragnehmer, die gegebenenfalls ihre Werke nach der Ausstrahlung im Hörfunk oder Fernsehen selbst im Internet vermarkten wollen, ernst genommen werden, da sie sich gegebenenfalls eigene, zusätzliche Märkte erschließen können.

An den öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird darüber hinaus die Frage gerichtet, ob er seinem Kulturauftrag noch gerecht wird, ob also Kultur im Programm einen angemessenen Stellenwert hat. Zugleich – und teilweise von denselben Akteuren – wird die Frage aufgeworfen, ob der öffentlich-rechtliche Rundfunk sein Publikum überhaupt noch erreicht oder nicht zwischenzeitlich die privatwirtschaftlichen Rundfunkanstalten oder auch Angebote im Internet in der Gunst des Publikums längst weit vorne liegen. Alles Fragen, Vermutungen oder auch Feststellungen, die einer differenzierteren empirischen Überprüfung bedürfen. Ist der erste eigene Eindruck vom Programm einer Rundfunkanstalt tatsächlich tragfähig, wenn es um die Einschätzung der Arbeit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten geht? Sicherlich nicht. Es ist darum erfreulich und bemerkenswert, dass der WDR gut zwanzig Jahre, nachdem die Studie „Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor“ erschienen ist, erneut eine Untersuchung zu seiner kulturellen und wirtschaftlichen Bedeutung in Auftrag gegeben hat.

Der WDR hat sich dabei für die Vergabe an den Deutschen Kulturrat, einer unabhängigen, zivilgesellschaftlichen Organisation, entschieden. Der Deutsche Kulturrat hat in den letzten Jahren den öffentlich-rechtlichen Rundfunk kritisch begleitet. Er hat zugleich unterstrichen, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk eine große Bedeutung und damit auch Verantwortung für die kulturelle Vielfalt in Deutschland hat. Dem Deutschen Kulturrat gehören mittelbar auch Verbände an, deren Mitglieder direkte Auftragnehmer des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind³. Die Erarbeitung der kulturpolitischen Stellungnahmen des Deutschen Kulturrates erfolgt in seinen Gremien unter Einbeziehung der unterschiedlichen Positionen der Mitgliedsverbände. Die verabschiedeten Stellungnahmen sind für den

3 Zu den mittelbaren Mitgliedern gehören beispielsweise der Verband deutscher Drehbuchautoren, der Bundesverband Regie, die Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm, die Produzentenallianz, die alle der Sektion Film und audiovisuelle Medien des Deutschen Kulturrates angehören. Mittelbare Mitglieder sind aber auch z.B. der Komponistenverband, die Deutsche Orchestervereinigung oder der Verband Deutscher Jazzmusiker, die dem Deutschen Musikrat angehören, der ebenfalls unmittelbares Mitglied des Deutschen Kulturrates ist.

Deutschen Kulturrat bindend⁴. Im Unterschied dazu wird die vorliegende Studie ausschließlich von den Autoren verantwortet. Die Gremien des Deutschen Kulturrates wurden in die Erstellung nicht einbezogen.

Gliederung

Die Studie gliedert sich einschließlich dieser Einleitung in neun Kapitel sowie einen Anhang. Im nachfolgenden *zweiten Kapitel* wird auf markante gesellschaftliche und medienpolitische Veränderungen wie beispielsweise die Einführung des privaten Rundfunks oder die Digitalisierung eingegangen. Auf dieser Folie werden die nachfolgenden gesetzgeberischen Maßnahmen wie die Rundfunkstaatsverträge und einschlägige Urteile der Rechtssprechung skizziert. Weitere Aspekte in diesem Kapitel sind die Veränderungen durch die europäische und internationale Liberalisierung der Dienstleistungsmärkte – insbesondere das GATS-Abkommen (General Agreement on Trade in Services) – und die vor diesem Hintergrund als Gegenmodell entwickelte und zwischenzeitlich ratifizierte UNESCO-Konvention zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen (UNESCO-Konvention Kulturelle Vielfalt).

Das darauf folgende *dritte Kapitel* widmet sich den Erträgen und Aufwendungen des WDR. Hier gilt es zunächst die Entwicklung der letzten Jahre allgemein nachzuzeichnen und dann exemplarisch die Entwicklung der Aufwendungen für den Hörfunk, das Fernsehen, die Produktion und das Personal aufzuzeigen.

Im *vierten Kapitel* geht es um den WDR als Arbeitgeber und Auftraggeber. Hier wird den Fragen nachgegangen, wie sich die Zahl der abhängig Beschäftigten entwickelt hat, welche Verantwortung der WDR als Arbeitgeber übernimmt und welche Rolle freie Mitarbeiter spielen.

Das *fünfte Kapitel* widmet sich schließlich der Frage, welchen Stellenwert Kultur im WDR-Programm quantitativ hat. Dafür wurde anhand eines dreiteiligen

4 Der Deutsche Kulturrat ist der Spitzenverband der Bundeskulturverbände. Er hat acht unmittelbare Mitglieder: Deutscher Musikrat, Rat für darstellende Kunst und Tanz, Deutsche Literaturkonferenz, Deutscher Kunstrat, Rat für Baukultur, Sektion Design, Sektion Film und audiovisuelle Medien, Rat für Soziokultur und kulturelle Bildung. Ziel des Deutschen Kulturrates ist es, die Rahmenbedingungen für Kunst und Kultur auf der Bundes- und europäischen Ebene zu verbessern. In seinen Stellungnahmen und Positionspapieren werden die unterschiedlichen, teilweise divergierenden Positionen der Mitgliedsverbände konsensorientiert gebündelt. Die Stellungnahmen und Positionspapiere werden von den Fachausschüssen inhaltlich vorbereitet und vom Sprecherrat politisch verabschiedet.

Kulturbegriffs⁵ – weiter, mittlerer und enger – sowohl für das Hörfunk- als auch das Fernsehprogramm untersucht, wie viel Kultur gesendet wird. Dieser quantitative Überblick wird in Kapitel sechs für den Hörfunk und in Kapitel sieben für das Fernsehen weiter vertieft. Dabei wird im *sechsten Kapitel* (Hörfunk) unter anderem den Fragen nachgegangen, welche Rolle der WDR für die Musiklandschaft in NRW hat oder auch inwieweit der WDR das Hörspiel pflegt und fördert. Ähnlich differenziert wird im *siebten Kapitel* (Fernsehen) die Bedeutung des WDR für einige audiovisuelle Genres herausgearbeitet.

Im *achten Kapitel* geht es schließlich um die Bedeutung des WDR für das Kulturleben in Nordrhein-Westfalen. Die Bedeutung des WDR geht weit über Hörfunk- und Fernsehsendungen hinaus. Als Veranstalter ist er Teil des kulturellen Lebens in NRW, er initiiert und unterstützt kulturelle Veranstaltungen, er ist Partner von Kultureinrichtungen, durch seine Preise und Auszeichnungen fördert er Künstler, mit seinen medienpädagogischen Angeboten ist er Teil der Bildungslandschaft in NRW. Kern des Kapitels ist es, die Wechselwirkung des WDR mit den anderen Kulturakteuren in den Fokus zu nehmen.

Im *neunten Kapitel* wird abschließend eine Bewertung der wirtschaftlichen, kulturwirtschaftlichen und kulturellen Bedeutung des WDR unternommen.

Alles in allem ein breites Tableau, dem sich die Autoren innerhalb eines kurzen, medienpolitisch bewegten Zeitraums von Ende August 2008 bis Oktober 2009 gewidmet haben⁶.

Das wesentliche Ergebnis sei an dieser Stelle vorweggenommen: Der WDR ist und bleibt ein wesentlicher Akteur des kulturellen Lebens. Er ist und bleibt ein wesentlicher Faktor für die Kulturwirtschaft. Ohne ihn fände vieles in der Kultur in NRW nicht statt. Wie noch zu zeigen sein wird, hat er sowohl mit Blick auf Veranstaltungen als auch die Vergabe von Aufträgen eine herausragende Bedeutung für die Stadt Köln und die unmittelbare Umgebung, eine sehr große Relevanz für Nordrhein-Westfalen, und der WDR ist auch ein kulturwirtschaftlicher Faktor für das gesamte Bundesgebiet⁷.

5 In Kapitel 2 und in Kapitel 5 wird erläutert, dass dieser Kulturbegriff enger ist als der vom Bundesverfassungsgericht in seiner Rechtssprechung zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk geprägte weite Kulturbegriff.

6 Ein wesentlicher medienpolitischer Einflussfaktor war die Verabschiedung des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags und die daraus folgende Überprüfung der Telemedienangebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.

7 Wie in Kapitel 9 noch zu zeigen sein wird, ist der WDR hinsichtlich seiner Veranstaltungen bestrebt, das gesamte Land NRW in den Blick zu nehmen.

1.2 Methodisches Vorgehen

Grundlage der Studie ist die Projektskizze des Deutschen Kulturrates, in der der Untersuchungsgegenstand beschrieben und die wesentlichen Untersuchungsschritte dargelegt wurden. Untersucht werden sollen in der Studie sowohl die wirtschaftlichen Wirkungen des WDR als Kulturwirtschaftsfaktor als auch das kulturelle Engagement des WDR als Kulturträger sowie als Berichterstatter und Förderer von Veranstaltungen.

In der Projektskizze wurde dargelegt, dass sich die Untersuchung auf die folgenden Jahre beziehen soll: 1994, 1999, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 und 2009. Dieser Untersuchungszeitraum erlaubt, die Entwicklung für die vergangenen 20 Jahre aufzuzeigen. Dabei interessierte vor allem, ob, wie vielfach angenommen, der Stellenwert von Kultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk bzw. speziell hier im WDR zurückgegangen ist. Der feinere Untersuchungszeitraum der Jahre 2004 bis 2009 ermöglicht genauer zu untersuchen, ob sich der Stellenwert von Kultur im WDR-Programm seit der Jahrtausendwende geändert hat.

Projektbeirat

Die Projektskizze war die Grundlage für die Gespräche und Verhandlungen mit dem WDR. Sie wurde mit dem für das Projekt verantwortlichen Mitarbeiter im WDR, Ulrich Timmermann, Leiter des Verbindungsbüros der Intendantin des WDR, sowie Jürgen Heuser, Referent in der Hauptabteilung Kommunikation, Forschung und Service, besprochen. Intern bildete der WDR einen Beirat, dem folgende Mitarbeiter⁸, teilweise über den gesamten Zeitraum und teilweise temporär, angehörten:

- ✦ Margret Blesés (Verwaltungsdirektion)
- ✦ Werner Breidenbach (Hauptabteilung Personal)
- ✦ Karin Egle (Kultur und Wissenschaft, Fernsehen, ab September 2009)
- ✦ Udo Harte (Mittelbewirtschaftung Hörfunk)
- ✦ Brigitte Heinz (Hauptabteilung Personal)
- ✦ Rainer Hesels (Strategie Fernsehen/Online Fernsehen)
- ✦ Jürgen Heuser (Hauptabteilung Kommunikation, Forschung und Service)
- ✦ Michael Landwehr (Hauptabteilung Programmmanagement Fernsehen)

8 Hier und im Folgenden wird ausschließlich die männliche Form verwandt. Gemeint sind jeweils Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, Auftragnehmer und Auftragnehmerinnen usw.

- ✦ Christina Schenk (Hauptabteilung Finanzen)
- ✦ Rudolf Siegers (Mittelbewirtschaftung Hörfunk)
- ✦ Erk Simon (Medienforschung)
- ✦ Ulrich Timmermann (Verbindungsbüro der Intendantin)
- ✦ Thomas Windgasse (Medienforschung)
- ✦ Martina Willscheid (Hauptabteilung Finanzen)

Der Deutsche Kulturrat traf diesen Beirat am 11.09.2008, 14.10.2008, 13.02.2009, 12.08.2009 und am 06.11.2009. Für den Deutschen Kulturrat nahmen an allen Treffen teil:

- ✦ Olaf Zimmermann, Geschäftsführer
- ✦ Gabriele Schulz, Stellvertretende Geschäftsführerin und Projektleiterin

Stefanie Ernst, Projektmitarbeiterin, nahm an den Gesprächen am 11.09.2008 und am 13.02.2009 teil.

Im ersten Treffen ging es darum, das Vorhaben dem Beirat des WDR vorzustellen und das weitere Vorgehen zu skizzieren. In einem zweiten Treffen stellte der WDR die Grundzüge einer zusätzlichen Untersuchung der Medienforschung vor, die ergänzend zu den geplanten Erhebungen in Auftrag gegeben werden sollte. Bei diesem Treffen wurde intensiv über den in der Studie anzuwendenden Kulturbegriff (eng, mittel, weit) debattiert. Beim dritten Treffen wurde der Sachstand der Untersuchung vorgestellt. Ein viertes Treffen diente der vertiefenden Debatte der Untersuchungsergebnisse. Abschließend wurde der fertige Bericht noch einmal debattiert.

Zusätzlich zu den Treffen des Deutschen Kulturrates mit dem gesamten Beirat fanden zahlreiche Einzelgespräche mit den jeweils Verantwortlichen des WDR statt.

Genutzte Materialien

Der WDR hat folgende Materialien zur Verfügung gestellt, die für die vorliegende Untersuchung ausgewertet wurden:

- die WDR Kostenrechnung Dokumentation samt zugehörigem Haushaltsplan und den Anlagen zum Haushaltsplan. Diese beinhalten detaillierte Angaben zu den Soll-Aufwendungen und Soll-Erträgen des Senders. Es wurde sich gemein-

sam darauf verständigt, Soll-Daten zugrunde zulegen⁹. Damit wurde es möglich, den Untersuchungszeitraum bis zum Jahr 2009, dem Erscheinungsjahr der Studie, auszuweiten,

- Datenzusammenstellungen WDR Zentrale Aufgaben Fernsehen Statistik. Sie beinhalten detaillierte Angaben über die Auftrags- und Koproduktionen, den Programm-Ankauf und die Programm-Verwertung,
- Datenzusammenstellungen der Hauptabteilung Personal zu den Beschäftigten des WDR, der Ausbildung, der Gesundheitsförderung, der Altersteilzeit, der Teilzeit usw.,
- Datenzusammenstellungen der Honorar- und Lizenzabteilung zu den freien Mitarbeitern,
- Datenzusammenstellungen der Hauptabteilung Finanzen zu den Zahlungen an die GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte), die GVL (Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten), die Künstlersozialkasse, die Pensionskasse für freie Mitarbeiter der Rundfunkanstalten,
- Programmhefte Hörfunk, hier wurden die kompletten Jahrgänge 1994 und 1999 der Hörfunkzeitschrift „Dampfradio“ und die kompletten Jahrgänge 2004 und 2007 des Programmheftes „WDR-Radioprogramm“ zur Verfügung gestellt,
- die Ergebnisse einer von der Medienforschung des WDR in Auftrag gegebenen Untersuchung zum Kulturanteil im Hörfunk und im Fernsehen. Hier wurde der Kulturanteil im WDR Fernsehen und von Einsfestival in der 44. Kalenderwoche (29.09.–05.10.2008) untersucht, für den Hörfunk (1LIVE, WDR 2, WDR 3, WDR 4, WDR 5, Funkhaus Europa und 1LIVE Kunst) wurde der Zeitraum 15.–19.09.2008 ausgewertet. Die Zulieferungen des WDR an ARTE, 3sat und Das Erste wurden für die Monate November/Dezember 2008 untersucht. Der WDR hat sowohl die Auswertung als auch die ausgewerteten Sendungen zur Verfügung gestellt. Es fand der dreigeteilte Kulturbegriff – weit, mittel, eng – Anwendung, der im Beirat abgestimmt wurde.

9 In der kulturwirtschaftlichen Forschung ist es durchaus üblich, mit Soll-Daten zu arbeiten, da Ist-Zahlen in der Regel erst mit einigen Jahren Verspätung vorliegen. Wird über die Einkommenssituation von freiberuflichen Künstlern und Publizisten gesprochen und werden dabei die Daten der Künstlersozialkasse genutzt, ist immer von Soll-Daten die Rede, da die Künstler und Publizisten ihre Einkommen vorausschätzen. Da die Gebühren der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten vom Gesetzgeber für kommende Jahre festgelegt werden, kennen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ihr Budget für die nächsten Jahre und müssen auf dieser Grundlage ihre Haushaltspläne aufstellen.

- Zusammenstellungen der gesendeten Hörspiele im genannten Untersuchungszeitraum.

Teilweise werden die Aufwendungen des WDR mit denen anderer ARD-Anstalten verglichen. Dafür wurde auf die Angaben im Statistikeil der ARD-Jahrbücher zurückgegriffen. In den ARD-Jahrbüchern werden Ist-Zahlen ausgewiesen. Sowohl im Text als auch in den Tabellen und Grafiken wird jeweils darauf verwiesen, ob es sich um Soll- oder Ist-Werte handelt.

Weiter standen die in das Vorhaben eingebundenen Mitarbeiter des WDR jederzeit für zusätzliche Fragen zur Verfügung und fertigten teilweise gesonderte Auswertungen z.B. zur Zahl der erteilten Kompositionsaufträge an.

Zusätzlich wurden sechzehn Interviews mit Mitarbeitern des WDR, mit Auftragnehmern, mit Kulturpartnern, mit Wissenschaftlern und der IHK Köln geführt. Interviewpartner waren:

- ♦ Carsten Berndt (Direktion Programm und Technik WDR)
- ♦ Prof. Karl Karst (Wellenchef WDR 3/Initiator der Kulturpartnerschaften von WDR 3),
- ♦ Prof. Dietrich Leder (Kunsthochschule für Medien Köln),
- ♦ Edgar Lipki (Hörspielautor),
- ♦ Michael Meert (Regisseur und Drehbuchautor),
- ♦ Jolanta Nölle (Geschäftsführerin der Stiftung Zeche Zollverein),
- ♦ Prof. Franz Xaver Ohnesorg (Klavier Festival Ruhr),
- ♦ Gabriel Perez (Jazzmusiker und WDR-Preisträger),
- ♦ Prof. Edgar Reitz (Regisseur und Drehbuchautor),
- ♦ Andrea Schafarczyk (Musik- und Eventchefin 1LIVE),
- ♦ Ulli Schauen (Autor, Schriftsteller),
- ♦ Dr. Ulrich Soénius (IHK Köln),
- ♦ Prof. Dr. Rainer Springhorn und Monika Goedecke (Lippisches Landesmuseum),
- ♦ Dr. Christoph Stahl (Hauptabteilung Orchester und Chor im WDR),
- ♦ Didi Stahl Schmidt (Musikpromoter, Hömma Dortmund),
- ♦ Prof. Dr. Jürgen Terhag (Hochschule für Musik und Tanz Köln).

Die Interviews ergänzen die quantitativen Daten und liefern zusätzliche Einschätzungen zur Zusammenarbeit des WDR mit freien Mitarbeitern, zum WDR als Auftraggeber, zur eigenen Einschätzung als Kulturunternehmen, zur Bedeutung des WDR für andere Kultureinrichtungen in NRW. Die Interviews sind in Gänze im Anhang veröffentlicht. Zitate aus den Interviews finden sich im Text.

Um einen weiteren Einblick zur Einschätzung der Leistungen des WDR als Kulturveranstalter und als Kulturberichterstatter in NRW zu erhalten, wurden im April 2009 400 Kulturämter und -büros der Städte, Kreise und Gemeinden in NRW per E-Mail befragt. Innerhalb kürzester Zeit wurden 146 Fragebögen zurückgesandt: Das entspricht einem Rücklauf von 38 Prozent. Die Antworten vermitteln einen Eindruck, wie von Seiten der Kulturverantwortlichen in der kommunalen Verwaltung die kulturellen Leistungen des WDR eingeschätzt werden.

1.3 Abgrenzung des Untersuchungsgegenstands

„Was heißt Kultur für alle!? Ein Schlagwort? Eines steht für mich fest: Der gebührenfinanzierte öffentlich-rechtliche Rundfunk hat die Pflicht, allen Bürgern ein für sie angemessenes Kulturangebot im Programm zu machen.“ Mit diesen Worten leitete der Vorsitzende des WDR-Rundfunkrats Reinhard Grätz seine Rede bei der WDR-Veranstaltung „Kultur – Programmauftrag und Wirtschaftsfaktor!“ am 18.02.2009 ein. Und genau hier, an der Grenze zwischen Kultur für alle und künstlerischem Anspruch, verläuft die Debatte um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Es gibt nur wenige kulturpolitische Themen, die so aufrührend sind, die so viel Pro und Contra hervorrufen, bei denen so emotional debattiert wird, wie die Frage nach dem Stellenwert von Kultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Und es gibt auch nur wenige Kulturanbieter, bei denen die Messlatte hinsichtlich kultureller Qualität so hoch gelegt wird, wie beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Jüngstes Beispiel hierfür ist der Schlussbericht der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags „Kultur in Deutschland“. In ihrer Einleitung formuliert die Kommissionsvorsitzende Gitta Connemann, MdB vollkommen zu Recht, dass *„eine wichtige Erkenntnis aus der Arbeit der Enquete-Kommission ist, die Gräben zwischen E- und U-Musik, zwischen Breitenkultur und Spitzenkultur, zwischen professionell Tätigen und sogenannten Laien auszugleichen.“* (Kultur-Enquete 2007, 9). Connemann unterstreicht, dass die Enquete-Kommission sich zum Ziel gesetzt hat, herauszuarbeiten, dass das kulturelle Leben eben nicht nur aus künstlerischen Spitzenleistungen in Metropolen bestehe, sondern vielmehr zum kulturellen Leben selbstverständlich das vielfach ehrenamtlich getragene Engagement in der Fläche gehöre. Vorausschauende Kulturpolitik muss das gesamte kulturelle Leben in den Blick nehmen, denn ohne Breitenarbeit und Breitenförderung gäbe es auch keine Spitze. Das, was hier zu Recht für das kulturelle Leben insgesamt formuliert wird, sollte auch für die Beurteilung des öffentlich-rechtlichen Rundfunk gelten und für ihn selbst eine Verpflichtung sein.

Das Bundesverfassungsgericht formuliert in seinem wegweisenden 1. Rundfunkurteil vom 28.02.1961, dass der *„Rundfunk mehr [ist] als nur ‚Medium‘ der öffentlichen Meinungsbildung; er ist ein eminenter ‚Faktor der öffentlichen Meinungsbildung‘. Diese Mitwirkung an der öffentlichen Meinungsbildung beschränkt sich keineswegs auf die Nachrichtensendungen, politische Kommentare, Sendereihen über politische Probleme der Gegenwart, Vergangenheit oder Zukunft; Meinungsbildung geschieht ebenso in Hörspielen, musikalischen Darbietungen, Übertragungen kabarettistischer Programme bis hinein in die szenische Gestaltung einer Darbietung.“* (BVerfGE 12, 205) – Wenn hier von Rundfunk die Rede ist, ist selbstverständlich ausschließlich der öffentlich-rechtliche Rundfunk gemeint, da es einen privaten Rundfunk im Jahr 1961 noch nicht gab. – Auch in seinen folgenden Entscheidungen hat das Bundesverfassungsgericht immer wieder die kulturelle Funktion des Rundfunks gleichrangig neben seine essentielle Funktion für die demokratische Ordnung gestellt (BVerfGE 73, 118 (157f); 74, 297 (324)). So hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk den aus Information, Bildung und Unterhaltung bestehenden klassischen Rundfunkauftrag zu erfüllen, der neben seiner Rolle für die Meinungs- und politische Willensbildung, neben Unterhaltung und über laufende Berichterstattung hinausgehende Information auch seine kulturelle Verantwortung umfasst (BVerfGE 73, 118 (158); 74, 297 (324)).

Die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ hat in ihrem Schlussbericht in dem Kapitel „Kulturauftrag und kulturelle Tätigkeit des Rundfunks“ das kulturelle Engagement des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gewürdigt. Sie sieht, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunksender in der Pflicht stehen, *„auch ihr kulturelles Programm für breite Bevölkerungsschichten zu produzieren“* (Enquete-Kommission 2007, 154) und damit den Kulturbegriff auszuweiten. Zugleich warnt die Enquete-Kommission vor einer Verflachung des Kulturbegriffs und einer Event-Orientierung des Programms. Sie schreibt: *„Inhaltsleere Beliebigkeit kann nicht mit einem erweiterten Kulturbegriff legitimiert werden.“* (Enquete-Kommission 2007, 154) So wird auch bei den Hörfunkprogrammen befürchtet, dass durch eine stärkere Hinwendung zu jüngeren Hörern die Gefahr der Verflachung und Trivialisierung bestehe, *„das Angenehme, Publikumswirksame droht mitunter das Polarisierende und Irritierende zu verdrängen.“* (Enquete-Kommission 2007, 154).

Bemerkenswert ist, dass an keiner anderen Stelle des Enquete-Berichts vor einer Trivialisierung bzw. Eventorientierung so eindringlich gewarnt wird. Dabei ist auch bei anderen Kulturinstitutionen unverkennbar, dass sie darauf angewiesen sind, ihr Publikum zu erreichen. Wenn über die MOMA-Ausstellung in Berlin im Jahr 2004 gesprochen wird, dann ist nicht zuerst von der Exzellenz der Kunstwerke die Rede, sondern vielmehr von dem großen Besuchererfolg, an dem andere Ausstellungen gemessen werden. Der Erfolg von Kultureinrichtungen wird in zunehmendem Maße auch daran festgemacht, wie viele Nutzer erreicht werden. Kulturelle Bildungsmaß-

nahmen sollen dazu beitragen, dass größere Bevölkerungskreise und -schichten erreicht werden. Im Gegensatz dazu wird dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk das Erreichen vieler Menschen oftmals eher als Malus denn als Plus angerechnet.

Anerkannt wird allerdings auch von der Enquete-Kommission, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk eine große Bedeutung für die Kulturwirtschaft hat. In dem Bericht wird insbesondere auf die Filmwirtschaft abgehoben. Die Filmwirtschaft ist aber nur ein Markt unter vielen Teilmärkten, die unmittelbar mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk verbunden sind. Insbesondere freie Autoren, Komponisten und andere Freiberufler bestreiten einen Teil ihres Einkommens aus Aufträgen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Darüber hinaus hat, wie im Folgenden gezeigt wird, der öffentlich-rechtliche Rundfunk insbesondere für das Musikleben in Deutschland eine herausragende Bedeutung.

Kultur- und Kreativwirtschaftsdebatte

Der Kulturwirtschaft wird seit geraumer Zeit eine immer größere Bedeutung beigemessen. Dem WDR kommt geradezu eine Pionierfunktion in dieser Debatte zu, denn mit der Studie „Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor“ (Fohrbeck/Wiesand 1989) wurde, wie erwähnt, erstmals grundlegend die kulturwirtschaftliche Wirkung einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt untersucht.

In den Kulturwirtschaftsberichten wird unisono die gesellschaftliche und wirtschaftliche Relevanz dieser Branchen betont. Der Übergang von der Industrie- zur Wissensgesellschaft manifestiert sich eben auch darin, dass die Wertschöpfung in diesem Sektor wächst¹⁰. Im Bundeskulturwirtschaftsbericht ist von aktuellen Schätzungen von 2,6 Prozent Wertschöpfungsanteil am Bruttoinlandsprodukt durch die Kultur- und Kreativwirtschaft die Rede (Kultur- und Kreativwirtschaft 2009, 2). Dieses spiegelt sich auch in der europäischen Kultur- und Kreativwirtschaftspolitik wider.

Dabei hat in den vergangenen Jahrzehnten eine bemerkenswerte Akzentverschiebung stattgefunden. War anfangs ausschließlich von der Kulturwirtschaft und allenfalls am Rande von der Medienwirtschaft die Rede, so hat sich heute der Begriff der Kultur- und Kreativwirtschaft eingebürgert. Die Einbeziehung der Kreativwirtschaft ist aus deutscher Sicht vor allem ein Zugeständnis an die europäische Debatte und die Märkte in anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Hier ist teilweise die Kreativwirtschaft mit Blick auf die Wertschöpfung bedeut-

10 Die im Herbst 2009 gebildete Bundesregierung will aufgrund der Bedeutung der Kultur- und Kreativwirtschaft für die Wissensgesellschaft dem Bereich noch mehr Aufmerksamkeit schenken.

samer als die Kulturwirtschaft. Die deutsche Wirtschaftsministerkonferenz, der die Wirtschaftsminister der Länder unter Beteiligung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie angehören, hat sich im Jahr 2008 auf folgende Branchengliederung der Kultur- und Kreativwirtschaft verständigt:

Kulturwirtschaft

- ♦ Musikwirtschaft (z.B. Komponisten, Musiker, Musiklehrer, Toningenieure, Interpreten, Musikensembles, Instrumentenherstellung, Musikverlag, Tonträgerproduktion, Agenturen, Musikhandel, Veranstalter, Musical, Festival, kommerzielle Musikschulen)
- ♦ Buchmarkt (z.B. Schriftsteller, Autoren, Buchverlage, Zwischenbuchhandel, Buchhandel, Agenturen)
- ♦ Kunstmarkt (z.B. Bildende Künstler, Kunstlehrer, Galerien, Kunsthandel, Museumsshops, kommerzielle Kunstaustellungen)
- ♦ Filmwirtschaft (z.B. Drehbuchautoren, Filmschauspieler, Filmemacher, Filmproduzenten, Film-/TV-Produktionsfirmen, Filmverleih/Vertrieb, Kinos)
- ♦ Rundfunkwirtschaft (z.B. Moderatoren, Sprecher, Produzenten, kommerzielle Radio- und Fernsehunternehmen)
- ♦ Markt für darstellende Künste (z.B. Theaterautoren, Darstellende Künstler, Artisten, Tänzer, Kabarettisten, kommerzielle Theater, Musical, Agenturen, Varietétheater, Kleinkunst)
- ♦ Designwirtschaft (z.B. Designer, Gestalter, angewandte Künstler, Büros für Industrie-, Produkt-, Grafik-, Webdesign)
- ♦ Architekturmarkt (z.B. Architekten, Landschaftsplaner, Gartengestalter, Büros für Hochbau, Innenarchitektur, Garten-/Landschaftsgestaltung)
- ♦ Pressemarkt (z.B. Journalisten, Wortproduzenten, Presseverlage, Pressehandel, Pressearchive)

Kreativwirtschaft

- ♦ Werbemarkt (z.B. Werbetexter, Büros für Werbegestaltung, -vermittlung, -verbreitung)
- ♦ Software¹¹-/Games¹²-Industries (z.B. Games-Entwickler, Web-Entwickler, Softwareberatung/-entwicklung, -verlag, Programmierfirmen, Agenturen)

(nach Kultur- und Kreativwirtschaftsbericht 2009, 34)

11 Hierunter werden alle Softwareentwicklungen gefasst, d.h. auch jene, die keine Berührung zur Kultur haben.

12 Das sind Video- und Computerspiele.

Zusammen bilden die kultur- und die kreativwirtschaftlichen Teilmärkte die Kultur- und Kreativwirtschaft. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist in dieser Gliederung nicht aufgeführt, da er keine Gewinnerorientierung verfolgt. Die Gewinnerorientierung ist das wesentliche Merkmal kulturwirtschaftlicher Unternehmen, egal ob es sich um den einzelnen Künstler oder einen Buchkonzern handelt. Gewinnerorientierung heißt dabei nicht, dass kulturwirtschaftliche Unternehmen sich ausschließlich am Markt orientieren. Im Gegenteil, Künstlern wird die fehlende Marktorientierung oft vorgeworfen. Dennoch müssen sie ihr Einkommen am Markt erzielen. Demgegenüber wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch Gebühren finanziert. Gleichwohl ist zu beachten, dass er für die Kulturwirtschaft als Auftraggeber eine große Bedeutung hat.

Der Zusammenstellung ist zu entnehmen, dass die kulturwirtschaftlichen Teilmärkte die klassischen Kultursparten (Musik, Literatur einschließlich Presse, Bildende Kunst, Film, Rundfunk, Darstellende Kunst, Architektur und Design) wieder geben. Problematisch sind die beiden kreativwirtschaftlichen Teilmärkte, die Werbewirtschaft sowie Software/Games. Insbesondere der Teilmarkt Software/Games ist unscharf. Hier sind sowohl die Entwickler von Computer- und Konsolenspielen wieder zu finden, als auch die Programmierer einer Buchhaltungs- oder Industriesoftware. So ist zwar unstrittig, dass die Gamesbranche zur Kultur- und Kreativwirtschaft gehört, bei der Softwarebranche als ganzer ist diese Zugehörigkeit aber zu verneinen. Es ist zu hoffen, dass eine feinere Gliederung der Umsatzsteuerstatistik, die zur Berechnung der wirtschaftlichen Leistungskraft der Kultur- und Kreativwirtschaft zumeist herangezogen wird, einen Beitrag dazu leistet, die Unschärfen zu beseitigen und aussagekräftigere Daten zu gewinnen. Insbesondere wenn die Daten als Grundlage für Förderprogramme herangezogen werden, ist es erforderlich, dass sie trennscharf sind, um Fehlallokationen zu vermeiden.

Aufgrund der genannten Unschärfe ist die Aussage im Bundeskulturwirtschaftsbericht, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft 61 Mrd. Euro im Jahr 2006 zur Bruttowertschöpfung in der Bundesrepublik beigetragen hat, mit Vorsicht zu genießen. Die Kultur- und Kreativwirtschaft wird in diesem Bericht zwischen der Chemischen Industrie (49 Mrd. Euro/Jahr) und der Automobilindustrie (71 Mrd. Euro/Jahr) angesiedelt. Dieses entspricht einem Wert von 2,6 Prozent des deutschen Bruttoinlandsprodukts. – Eine kritische Auseinandersetzung mit der Magie der großen Zahl in den Kulturwirtschaftsberichten findet sich in Zimmermann/Schulz/Ernst: *Zukunft Kulturwirtschaft* (2009). –

Wertschöpfungskette und Dreisektorenmodell

Neben der Debatte darüber, welche Teilmärkte zur Kultur- und Kreativwirtschaft hinzurechnen sind und welche nicht, fand in den vergangenen 20 Jahren eine in-

tensive Diskussion zur Abgrenzung der Kulturwirtschaft vom gemeinnützigen Kultursektor und den öffentlichen Kulturbetrieben statt. Ebenso wurde diskutiert, wie die Wertschöpfung innerhalb der Kulturwirtschaft beschrieben werden kann. Auch wenn der WDR nicht zur Kulturwirtschaft im Sinne der Systematik der Wirtschaftsministerkonferenz gehört, ist es wichtig zu klären, wie er in die derzeit diskutierten Modelle eingeordnet werden könnte.

Es haben sich mittlerweile zwei theoretische Modelle herausgebildet, die zusammengenommen am ehesten dabei helfen, die Kultur- und Kreativwirtschaft zu beschreiben und von anderen Bereichen des kulturellen Lebens abzugrenzen.

In dem Modell der *Wertschöpfungskette* wird ausgehend vom schöpferischen Akt beschrieben, wie ein künstlerisches Produkt entsteht, weiterverarbeitet, verkauft und schließlich vom Endverbraucher genutzt wird. Besonders anschaulich lässt sich die Wertschöpfungskette modellhaft am Buchmarkt darstellen: der Autor verfasst das Buch (schöpferischer Akt), das Buch wird von einem Verlag angenommen, es wird lektoriert, hergestellt und gedruckt, das Buch wird über den Zwischenbuchhandel an die Buchhandlungen ausgeliefert und schließlich vom Endkunden gekauft. Die Wertschöpfung verläuft also über verschiedene Stufen. Der Ausgangspunkt ist jedoch die Idee, die sich dann in einem künstlerischen Produkt manifestiert. Auf den verschiedenen Stufen der Wertschöpfungskette sind wiederum andere kulturwirtschaftliche Branchen an der Erstellung des späteren Produkts beteiligt, so entwerfen Buchgestalter den Umschlag, Lektoren prüfen Manuskripte, schreiben die so genannten Klappentexte usw. Wesentlich ist, dass der schöpferische Akt am Anfang steht.

Das *Dreisektorenmodell* dient demgegenüber vor allem dazu, die Kulturwirtschaft als erwerbswirtschaftlichen Sektor von den anderen Sektoren, Staat und intermediären Sektor (Vereine, Stiftungen), zu unterscheiden. Zu Beginn der Debatte um Kulturwirtschaft, so z.B. im 1. Kulturwirtschaftsbericht NRW (Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft 1992), wurde noch der Versuch unternommen, die Sektoren scharf voneinander zu trennen. Dieses war wichtig, um den Begriff der Kulturwirtschaft in der wirtschafts- sowie kulturpolitischen Diskussion zu platzieren.

Heute wird stärker auf die Interdependenzen zwischen den drei Sektoren hingewiesen. Die erwerbswirtschaftliche Kultur steht in engen Austauschbeziehungen zur öffentlich geförderten Kulturszene sowie dem Nonprofitbereich bzw. dem bürgerschaftlichen Engagement. Künstler als der kreative Kern der Kulturwirtschaft sind oftmals in allen drei Bereichen aktiv.

So spielt beispielsweise der Musiker aus einem Orchester (öffentlicher Kulturbetrieb) zusätzlich in einer Jazzband gegen Entgelt (erwerbswirtschaftlicher Bereich) in einem soziokulturellen Zentrum (intermediärer Sektor). Oder aber der selbständige Saxofonist einer Jazzband (Kulturwirtschaft) sichert seinen Lebensunterhalt als Teilzeitmusiklehrer an einer kommunalen Musikschule (Staat).

Einordnung des WDR

Eine eindeutige kulturwirtschaftliche Zuordnung des WDR ist weder nach dem Dreisektorenmodell noch nach dem Modell der Wertschöpfungskette möglich. Als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt ist der WDR nicht gewinnorientiert. Das Bundesverfassungsgericht hat in seinem Urteil vom 26. Juli 1971 klargestellt, dass „die Rundfunkanstalten nicht als Unternehmer, die eine gewerbliche oder berufliche Tätigkeit ausüben, angesprochen werden können. Sie erfüllen in Wirklichkeit öffentlich-rechtliche Aufgaben.“ (BVerfGE 31, 314) Seine Einnahmen bestehen zum größten Teil aus Rundfunkgebühren. Wie alle öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten meldet auch der WDR seinen künftigen Finanzbedarf der KEF (Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten), die ihrerseits diesen angemeldeten Finanzbedarf überprüft und den Gesamtfinanzbedarf ermittelt. Dabei wird insbesondere geprüft, ob bei der Anmeldung des Finanzbedarfs die Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit angewandt wurden.

Die KEF wiederum berichtet den Landesregierungen alle zwei Jahre über die Finanzlage der Rundfunkanstalten und nimmt Stellung, ob und wenn ja, in welcher Höhe die Gebühren neu festgesetzt werden müssen. Die Festsetzung der Gebühren obliegt den Ländern. Der WDR muss also seine Einnahmen nicht aus Werbung oder Abonnement wie die privatwirtschaftlichen Rundfunkanstalten erwirtschaften. Insofern zählt der WDR im strengen Sinne nicht zur Kulturwirtschaft. Er muss vielmehr, das Bundesverfassungsgerichtsurteil aus dem Jahr 1971 konsequent weitergedacht, dem öffentlichen Kultursektor zugeordnet werden, auch wenn er staatsfern¹³ organisiert ist.

Dennoch, auch der WDR hat erwerbswirtschaftlich orientierte Tochterunternehmen und ist insofern kulturwirtschaftlicher Akteur. Darüber hinaus, und das interessiert in dieser Untersuchung besonders, ist der WDR ein wichtiger Auftraggeber für Unternehmer und Unternehmen der Kulturwirtschaft. Insofern besteht eine enge Wechselwirkung zur erwerbswirtschaftlichen Kulturwirtschaft. Welche Bedeutung der WDR z.B. als Auftraggeber für Hörfunkautoren, für die Filmwirtschaft und für andere kulturwirtschaftliche Akteure hat, soll in dieser Untersu-

13 Die staatsferne Organisation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist ein hohes, verfassungsrechtlich gesichertes, Gut. Sie ist, wie in Kapitel 2 gezeigt wird, ebenso wie die verfassungsrechtlich garantierte Meinungs-, Kunst- und Pressefreiheit eine Grundvoraussetzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die Diskussion um die Besetzung der Position des ZDF-Fernsehndirektors Nikolaus Breder aus dem Jahr 2009 zeigt beispielhaft, dass auch der Politik zeitweilig diese verfassungsrechtlich garantierte Staatsferne des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in das Gedächtnis und politische Handeln zurückgerufen werden muss.

chung herausgearbeitet werden. Dabei ist es auch erforderlich, sich damit zu befassen, welchen Stellenwert Kultur im Gesamtprogramm des WDR hat.

Der WDR steht aber nicht nur in Wechselwirkung mit dem erwerbswirtschaftlichen Teil des kulturellen Lebens. Er ist ebenso von großer Bedeutung für die gemeinnützigen und die öffentlichen Kultureinrichtungen in NRW. Der WDR berichtet über Kultur und er unterstützt bzw. beteiligt sich an Kulturveranstaltungen in NRW. Das von ihm entwickelte Modell der Kulturpartnerschaft des Kulturradios WDR 3 mit Kultureinrichtungen in Nordrhein-Westfalen hat bei anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zwischenzeitlich Nachahmer gefunden. Mit der Vermittlung von Medienkompetenz nimmt der WDR gesellschafts- und kulturpolitische Verantwortung wahr.

Ein Schwerpunkt dieser Studie ist daher u.a., die Bedeutung des WDR für das kulturelle Leben in NRW aufzuzeigen. Gerade vor dem Hintergrund aktueller Debatten (Sommer 2009) um die Kulturorchester des Bayerischen Rundfunks gewinnt die Diskussion um die außerprogrammlichen Leistungen einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt wie dem WDR neues Gewicht. Der Bayerische Landesrechnungshof hat in einem Prüfbericht angemerkt, dass die Klangkörper des Bayerischen Rundfunks zur Erfüllung des Programmauftrags nicht zwingend erforderlich seien. Es ist aber eine Binsenweisheit, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nicht zwingend auf ihre Klangkörper angewiesen sind, um Musik zu senden, da es eine Vielzahl von Tonträgern auf dem Markt gibt.

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten übernehmen aber – und das sei an dieser Stelle vorweg genommen – eine bedeutende Funktion als Auftraggeber im Musikbereich. Sie sind es, die Aufträge an Komponisten zeitgenössischer Musik erteilen. Was wäre die neue Musik ohne die Kompositionsaufträge und Einspielungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks? Wie sähe das Kulturangebot abseits der Metropolen aus, würde nicht der öffentlich-rechtliche Rundfunk dort Livekonzerte anbieten? – Für den WDR gilt darüber hinaus, dass seine Konzerte im Programm verwertet werden. – Wer würde auch in kleineren Orten Kabarett-Liveauftritte ermöglichen? Wer würde durch Koproduktionen das Rückgrat der deutschen Filmwirtschaft bieten? Allein diese kurze Aufzählung zeigt die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, so auch des WDR, für das kulturelle Leben.

In dieser Studie soll daher ein besonderes Augenmerk auf die Verflechtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mit den anderen Kulturakteuren gerichtet werden.

Wird das Modell der Wertschöpfungskette näher in den Blick genommen, so zeigt sich ebenfalls, dass eine Rundfunkanstalt wie der WDR nicht eindeutig zu zuordnen ist. Der WDR ist selbst Kulturproduzent, man denke etwa an die Klang-

körper oder auch an die Eigenproduktionen des WDR. Damit steht er zum einen ganz am Anfang der Wertschöpfungskette. Zum anderen ist der WDR aber auch Auftraggeber und Verwerter künstlerischer Werke. Insofern ist er ebenso auf einer weiteren Stufe der Wertschöpfungskette anzusiedeln. Die unterschiedliche Einordnung des WDR innerhalb der theoretischen Modelle ist aber nicht allein eine akademische Frage, sie soll deutlich machen, dass der WDR als öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt verschiedene Rollen und Funktionen innerhalb des kulturellen Lebens hat, die differenziert betrachtet werden müssen.

Kulturwirtschaft, Kultur, Kunst

Gleich zu Beginn dieses Vorhabens stand die Frage, was denn nun alles zur Kultur gezählt werden müsse, welche Programme, welche Sendungen in den Blick genommen werden müssen. Ebenso wurde debattiert, ob beispielsweise alle Musiksendungen zur Kultur gerechnet werden können oder ob eine Unterscheidung zwischen ernster und Unterhaltungsmusik getroffen werden muss. Würden allein die Aussagen des Bundesverfassungsgerichts zum Maßstab gewählt, hätte der WDR in seiner Gesamtheit betrachtet werden müssen, da er als solcher als Kulturfaktor gesehen wird. Ein solches sicherlich spannendes Vorgehen hätte aber den Rahmen dieser Untersuchung gesprengt. Auch wenn, und das sei hier nicht verschwiegen, auch die „Bundesliga-Liveschalt“ im Hörfunk Ausdruck von Radiokultur ist. In dieser Untersuchung sollte es aber gerade um die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für das Kulturleben im engeren Sinne – also Musik, Darstellende Kunst, Literatur, Bildende Kunst, Film usw. – gehen. Vor diesem Hintergrund empfahl sich ein mehrstufiges Vorgehen.

Wird der WDR unter kulturwirtschaftlicher Perspektive in den Blick genommen, ist sein Kultur- oder auch sein Kunstprogramm zwar von Bedeutung, aber nicht der ausschlaggebende Faktor. Ob ein Werk der Hochkultur zuzurechnen ist oder nach gängigen Definitionen eher zur leichteren Kultur für ein „breites Publikum“ zählen würde, spielt in den Kulturwirtschaftsberichten und den kulturwirtschaftlichen Untersuchungen keine Rolle. Hier interessiert lediglich die Branche als solche. In der Teilbranche Buchmarkt etwa werden alle Verlage erfasst, egal, ob es sich um belletristische Verlage, um Sachbuch- oder auch Technikverlage handelt und ganz unabhängig davon, ob sie „ernste“, „triviale“ oder auch Sachliteratur publizieren. Relevant ist allein, dass es sich um Verlage handelt. In anderen Branchen wird analog vorgegangen. In der Rundfunkwirtschaft ist es gleichgültig, ob es sich um einen privatwirtschaftlichen Sportsender oder um das kommerzielle Klassikradio handelt. Es ist zu vermuten, dass in allen Teilbranchen, Unternehmen, die zur sogenannten Hochkultur zu rechnen sind, eher die Minderheit stellen. Auch darf nicht außer Acht gelassen werden, dass insbesondere mittlere und große Unterneh-

men der Kulturwirtschaft Mischkalkulationen anstellen. Künstlerische Produkte werden in vielen Branchen durch solche, die sich eher an ein Massenpublikum richten, quersubventioniert.

Diese kulturwirtschaftliche Betrachtungsweise korrespondiert auch mit den gesetzlichen Regelungen beispielsweise im Künstlersozialversicherungsgesetz (KSVG) oder auch im Urheberrecht. Im Künstlersozialversicherungsgesetz wird der Kreis der Versicherten wie folgt definiert: *„Künstler im Sinne dieses Gesetzes ist, wer Musik, darstellende oder bildende Kunst schafft, ausübt oder lehrt. Publizist im Sinne dieses Gesetzes ist, wer als Schriftsteller, Journalist oder in anderer Weise publizistisch tätig ist.“* (§ 2 KSVG). In der Künstlerdefinition wird also kein Unterschied getroffen zwischen dem Popmusiker und dem Komponisten Neuer Musik, es gibt keine Unterscheidung zwischen dem Bühnenpreisträger und dem „Groschenromanschreiber“. Das Gesetz stellt ausschließlich auf die freiberufliche künstlerische Tätigkeit ab. Dabei wird eine eigenschöpferische Leistung vorausgesetzt. Daraus folgend werden Kunsthandwerker nicht versichert und auch bei Schauspielern oder auch Synchronsprechern taucht immer wieder die Frage auf, ob eine künstlerische Tätigkeit nach dem KSVG vorliegt.

Ganz ähnlich wird im Urheberrechtsgesetz der Urheber in § 7 wie folgt festgelegt: *„Urheber ist der Schöpfer des Werkes“* (§ 7 UrhG). Dieser Abschnitt bezieht sich auf § 2 Urheberrechtsgesetz in dem Werke folgendermaßen definiert werden: *„(1) Zu den geschützten Werken der Literatur, Wissenschaft und Kunst gehören insbesondere: 1. Sprachwerke, wie Schriftwerke, Reden und Computerprogramme, 2. Werke der Musik, 3. pantomimische Werke einschließlich Werke der Tanzkunst, 4. Werke der bildenden Künste, einschließlich Werke der Baukunst und der angewandten Kunst und Entwürfe solche Werke, 5. Lichtbildwerke einschließlich der Werke, die ähnlich wie Lichtbildwerke geschaffen werden, 6. Filmwerke einschließlich der Werke, die ähnlich wie Filmwerke geschaffen werden, 7. Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art, wie Zeichnungen, Pläne, Karten, Skizzen, Tabellen und plastische Darstellungen. (2) Werke im Sinne dieses Gesetzes sind nur persönliche geistige Schöpfungen.“* (UrhG) In § 73 Urheberrechtsgesetz werden ausübende Künstler beschrieben: *„Ausübender Künstler im Sinne dieses Gesetzes ist, wer ein Werk oder eine Ausdrucksform der Volkskunst aufführt, singt, spielt oder auf eine andere Weise darbietet oder an einer solchen Darbietung künstlerisch mitwirkt.“* Daraus folgt, dass ähnlich dem Künstlersozialversicherungsgesetz auch im Urheberrechtsgesetz ein breiter Kulturbegriff zugrunde gelegt und nicht zwischen Unterhaltung, Hochkultur und Kunst unterschieden wird.

Die UNESCO-Konvention zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen, auf die im folgenden Kapitel näher eingegangen wird, unterscheidet ebenfalls nicht zwischen hochwertiger Kunst und der Breitenkultur.

In Folge des Vorgehens in der kulturwirtschaftlichen Forschung, der Gesetzeslage im Künstlersozialversicherungsgesetz, im Urheberrecht sowie in internationalen Abkommen wie der UNESCO-Konvention Kulturelle Vielfalt wird im Folgenden zunächst der WDR als Ganzes in den Blick genommen und seine wirtschaftliche Bedeutung sowie seine Position als Arbeit- und Auftraggeber erörtert.

In einem zweiten Schritt, wird gleichsam dem Schälen einer Zwiebel, genauer geschaut, welchen Stellenwert Kultur im Hörfunk wie auch im Fernsehen des WDR hat. Dabei wird auch das Verhältnis der Aufwendungen der verschiedenen Hörfunkprogramme sowie der Programmbereiche des Fernsehens untereinander in Beziehung gesetzt. Innerhalb der „kunstnäheren“ Hörfunkprogramme WDR 3 und WDR 5 sowie der Fernsehprogrammbereiche Unterhaltung und Fernsehfilm sowie Kultur und Wissenschaft werden die Aufwendungen wiederum differenziert. So entsteht Stufe um Stufe ein differenziertes Bild.

Noch genauer wurde der Kulturanteil von der Medienforschung des WDR in einer repräsentativen Stichprobe für den Hörfunk, für das WDR Fernsehen sowie mit Blick auf Zulieferungen zum ARD-Programm ermittelt. Hier wird zwischen einem weitem, einem mittleren und einem engen Kulturbegriff unterschieden.

Zusammengebunden wird die Untersuchung durch die Betrachtung der Bedeutung des WDR für das kulturelle Leben in Nordrhein-Westfalen. Die exemplarisch betrachteten Kulturpartnerschaften von WDR 3, die Veranstaltungen des WDR, die von ihm verliehenen Preise und auch seine Aktivitäten zur Vermittlung von Medienkompetenz beziehen sich wiederum auf den Ausgangspunkt, den weiten Kulturbegriff, der spätestens seit der UNESCO-Weltkonferenz zur Kulturpolitik von 1982 in Mexiko in der Kulturpolitik und Kulturwissenschaft etabliert ist. Damit kann wiederum auf den Bericht der Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags „Kultur in Deutschland“ rekurriert werden, in dem ebenfalls ein breites Verständnis von Kultur einschließlich der Breitenkultur zugrunde gelegt wird.

Im Laufe der Untersuchung wird jeweils darauf verwiesen, wie weit oder auch wie eng Kultur in der jeweiligen Betrachtungsweise gefasst wird.

Gesellschaftliche Entwicklungen und medienpolitische Antworten

2 GESELLSCHAFTLICHE ENTWICKLUNGEN UND MEDIENPOLITISCHE ANTWORTEN

Medien und Gesellschaft stehen in einem engen Wechselverhältnis. Die Medien sind Teil der Gesellschaft, zugleich beeinflussen sie durch die Berichterstattung gesellschaftliche Debatten. Technische Entwicklungen, wie das Fernsehen oder das Internet, eröffnen nicht nur neue Verbreitungswege, sie gehen ebenso einher mit neuen Präsentationsformen von Inhalten. Sowohl der Gesetzgeber als auch die Rechtssprechung waren in den letzten Jahrzehnten immer wieder aufgerufen, die Pluralität der Medien zu sichern, die Aufgaben der Medien, speziell des Rundfunks, zu beschreiben und für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk als Teil der Daseinsvorsorge einzutreten.

Bevor in den nachfolgenden Kapiteln auf die wirtschaftliche, die kulturwirtschaftliche und die kulturelle Bedeutung des WDR eingegangen werden wird, geht es in diesem darum, die rechtlichen Grundlagen und die aktuellen Herausforderungen zu skizzieren. Dabei sollen drei Themen im Mittelpunkt der Betrachtung stehen:

- ♦ von den Anfängen des WDR bis zum dualen System als Herausforderung,
- ♦ Digitalisierung als zweiter medienpolitischer Urknall,
- ♦ Rundfunk als Teil der Daseinsvorsorge oder als beliebiges Wirtschaftsgut.

2.1 Von den Anfängen des WDR bis zum dualen System als Herausforderung

Nach dem Ende des 2. Weltkriegs wurden für die westlichen drei Besatzungszonen von den Alliierten grundsätzliche Entscheidungen zur Zukunft der Medien getroffen, die bis heute Bestand haben und angesichts der Digitalisierung zurzeit zunehmend Probleme aufwerfen. Es geht dabei zum einen um die grundlegende Unterscheidung, dass die Printmedien privatwirtschaftlich organisiert sind und der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch Gebühren finanziert wird. Verleger müssen mit ihren Printprodukten, seien es Zeitungen oder Zeitschriften, am Markt existieren. Sie erzielen ihre Erlöse aus dem Einzelverkauf, dem Abonnement, aus

Anzeigenerlösen und aktuell in zunehmendem Maße durch attraktive Zusatzprodukte wie Filme oder Bücher. Sie stehen in einem ökonomischen Wettbewerb zueinander. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk dagegen wird durch Gebühren und nur zu einem kleinen Teil aus Werbung finanziert. Er befindet sich zu den Zeitungen sowie Zeitschriften in erster Linie in einem publizistischen und nicht in einem ökonomischen Wettbewerb, da er weder Anzeigenkunden abwirbt, noch das Haushaltsbudget in besonderer Weise belastet, da die Rundfunkgebühr an den Besitz von Rundfunkgeräten und nicht an die tatsächliche Nutzung der Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gebunden ist. Ein Haushalt muss auch dann Rundfunkgebühren bezahlen, wenn ausschließlich privat-kommerzielle Rundfunkangebote genutzt werden. Beide, sowohl die Printmedien als auch der Rundfunk, sind staatsfern organisiert. Die Printmedien und der private Rundfunk als privatwirtschaftliche Unternehmen, die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten als gemeinnützige Anstalten des öffentlichen Rechts mit dem Recht der Selbstverwaltung. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist der Allgemeinheit verpflichtet. Sein Auftrag wird im Rundfunkstaatsvertrag und den Landesmediengesetzen beschrieben. Auf beides wird noch eingegangen werden.

Die zweite, entscheidende Weichenstellung in den drei westlichen Besatzungszonen war, den Rundfunk föderal zu organisieren. Es wurde damit bewusst nicht an die Rundfunktraditionen der Weimarer Republik mit ihrer Mischung aus privatwirtschaftlichen und öffentlich-rechtlichen Elementen mit einer stärker werdenden zentralistischen Struktur angeknüpft. Rundfunkpolitik ist im Rahmen der sogenannten Kulturhoheit der Länder Länderpolitik. Zuletzt wurde dieses mit der Föderalismusreform I¹⁴ im Juni 2006 noch einmal bekräftigt. Hier wurde in Art. 23, Abs. 6 Grundgesetz festgelegt, dass gegenüber der Europäischen Union die Vertretung der Interessen der Bundesrepublik Deutschland in Fragen des Rundfunks an einen Vertreter des Bundesrates übertragen wird.

Die dritte grundlegende Festlegung ist die Garantie der Meinungs-, Presse- und Rundfunkfreiheit, die in Art. 5 Grundgesetz von den Vätern und Müttern des Grundgesetzes normiert wurde¹⁵. Es steht dort: *„Die Pressefreiheit und die Freiheit*

14 Die Föderalismusreform I zielte darauf, die Zuständigkeiten von Bund und Ländern zu entflechten und die Entflechtung im Grundgesetz zu fixieren.

15 Die Meinungs- wie auch die Kunstfreiheit sind für demokratische Staaten unverzichtbar. Gerade im kulturellen Kontext spielen diese Grundfreiheiten in ihren beiden Aspekten, seine eigene Meinung in Wort, Schrift und Bild zu verbreiten, wie auch sich aus allgemein zugänglichen Quellen frei zu unterrichten, eine wesentliche Rolle. Im Kapitel 7 Fernsehen wird anhand des Films „Contergan – eine einzige Tablette“ aufgezeigt, wie sich der WDR für die Kunstfreiheit einsetzt und die Ausstrahlung eines Fernsehfilms durch verschiedene rechtliche Instanzen erwirkt.

der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet.“ Ein Grund für diese Fixierung ist die Erfahrung der Gleichschaltung von Presse und Rundfunk im Dritten Reich. Im Dritten Reich wurde gerade der Rundfunk für demagogische Zwecke genutzt. Das Bundesverfassungsgericht hat in verschiedenen Urteilen zum Rundfunk auf die besondere Suggestivkraft des Mediums Bezug genommen und daraus eine besondere Verantwortung der Rundfunkordnung geschlussfolgert (zuletzt BVerfG, 1 BvR 2270/05 <116>). Gleichfalls steht das Bundesverfassungsgericht zum Medienpluralismus und fordert vor diesem Hintergrund eine positive Gestaltung des Gesetzgebers.

WDR – Sendeanstalt für das Land NRW

Mit der im nordrhein-westfälischen Landtag erfolgten Verabschiedung des „Gesetz[es] über den Westdeutschen Rundfunk Köln“ im Mai 1954 wurde der WDR aus der Taufe gehoben. Seine Vorläufer waren die WEFAG (Westdeutsche Funkstunde AG, Münster), die WERAG (Westdeutsche Rundfunk AG, Köln), die Westdeutsche Rundfunk GmbH, der Reichssender Köln und letztlich der NWDR (Nordwestdeutscher Rundfunk) (Westdeutscher Rundfunk, 2009, www.ard.de). Mit der Gründung des WDR wurde der am 1. Januar 1948 gegründete NWDR aufgelöst, der der britischen BBC nachgebildet war. Am 1. Januar 1956 wurde der Hörfunk des vormaligen NWDR auseinandergeschaltet. Der NDR konzentriert sich seither auf die Länder Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein¹⁶. Der WDR sendet in seinem Sendegebiet, dem Land Nordrhein-Westfalen, aus Köln. Regionalität wurde für den in NRW ansässigen Sender von Anfang an groß geschrieben. Entsprechend wurden mit dem Sendestart des WDR eigenständige WDR Hörfunk-Büros in Münster und Bielefeld gegründet. Im Fernsehen, dem in dieser Zeit noch nicht so wichtigen Programmbereich, kooperierten der WDR und der NDR noch über mehrere Jahre hinweg. Im Zuge der Eröffnung des dritten Fernsehprogramms im Jahre 1965 schritt mit den anschließenden Gründungen der Regionalstudios die Regionalisierung weiter voran (Am Puls der Zeit 2/2006, 14).

Das Sendegebiet des WDR umfasst das Bundesland Nordrhein-Westfalen. Der WDR ist unter den ARD-Rundfunkanstalten die größte Anstalt – und zwar sowohl in Hinblick auf die Einwohnerzahl im Sendegebiet als auch mit Blick

16 Seit der Vereinigung der beiden deutschen Staaten und der Auflösung des Rundfunks der DDR gehört das Land Mecklenburg-Vorpommern ebenfalls zum Sendegebiet des NDR.

auf die Erträge und Aufwendungen. Das originäre Sendegebiet des WDR ist mit dem Bundesland Nordrhein-Westfalen, dem mit 17,96 Mio. Einwohnern bevölkerungsreichsten Bundesland der Bundesrepublik, identisch. Zweitgrößter Sender innerhalb der ARD ist der Südwestrundfunk (SWR), der die Länder Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz umfasst. In seinem Sendegebiet leben 14,8 Mio. Menschen. Der Norddeutsche Rundfunk (NDR) ist eine Vier-Länder-Anstalt. Er versorgt die 7,96 Mio. Niedersachsen, die 2,84 Mio. Schleswig-Holsteiner, die 1,77 Mio. Hamburger und die 1,67 Mio. Einwohner Mecklenburg-Vorpommerns mit seinem Programm. Zusammen sind dies 14,24 Mio. Einwohner. Beim Bayerischen Rundfunk (BR) stimmt wie beim WDR das Sendegebiet mit den Landesgrenzen überein. In Bayern leben 12,52 Mio. Menschen. Zur Drei-Länder-Anstalt Mitteldeutscher Rundfunk (MDR) gehören die Länder Sachsen mit 4,21 Mio. Einwohnern, Sachsen-Anhalt mit 2,41 Mio. Einwohnern und Thüringen mit 2,27 Mio. Einwohnern. Zusammen sind dies 8,89 Mio. Personen. Der Hessische Rundfunk (HR) gehört zu den Anstalten, bei denen Landesgrenzen und Sendegebiet übereinstimmen. Insgesamt 6,07 Mio. Hessen leben im Sendegebiet des HR. Im Jahr 2003 fusionierten der Ostdeutsche Rundfunk Brandenburg (ORB) und der Sender Freies Berlin (SFB) zum Rundfunk Berlin Brandenburg (RBB). Im Sendegebiet des RBB leben 6,26 Mio. Menschen, davon 3,43 Mio. Berliner und 2,83 Mio. Brandenburger. Die „kleinen“ Sendeanstalten Saarländischer Rundfunk (SR) und Radio Bremen (RB) beziehen sich wiederum auf das jeweilige Bundesland. Im Sendegebiet des SR leben 1,03 Mio. Saarländer und im Sendegebiet von Radio Bremen 0,66 Mio. Bremer¹⁷. Sowohl der Saarländische Rundfunk als auch Radio Bremen kooperieren, um ihren Programmauftrag erfüllen zu können, mit den jeweiligen „Anraineranstalten“ SWR und NDR.

Der WDR strahlt heute sechs Hörfunkprogramme aus:

- **1LIVE** mit einem Programm, das sich vor allem an Menschen zwischen 14 und 29 Jahren richtet mit einem deutlichen Schwerpunkt in populärer Musik,

17 Die Einwohnerzahlen wurden den Internet-Seiten des Bundesrates entnommen unter: http://www.bundesrat.de/cln_090/sid_455C10030E6D402F42C8B7FC7C252787/DE/Home/homepage__node.html?__nnn=true.

- **WDR 2** mit einem journalistischen Informationsprogramm für Hörer aller Altersgruppen,
- **WDR 3** mit einem spezifischen Kulturprofil im Bereich der klassischen, der zeitgenössischen ernsten sowie der Jazzmusik und mit Wort-Kultursendungen,
- **WDR 4** mit einem Musikprogramm mit einem deutlichen Schwerpunkt in Schlager- und harmonischer populärer Musik,
- **WDR 5** mit einem starken Wortprofil aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Wissenschaft; Hörspiele und Features finden hier ebenso ihre Heimat wie Radiokunst; darüber hinaus beherbergt WDR 5 das Kinderradioprogramm des WDR,
- **Funkhaus Europa** ist das Integrationsprogramm des WDR und Radio Bremen, das zum besseren Zusammenleben von Zuwanderern und der deutschen Bevölkerung beitragen möchte, Funkhaus Europa sendet mehrsprachig.

Im Fernsehen ist zuerst das **WDR Fernsehen**, das so genannte Dritte Programm, zu nennen. Weiter beteiligt sich der WDR am ARD-Gemeinschaftsprogramm **Das Erste**. Überdies leistet er maßgebliche Zulieferungen zu den gemeinsam mit dem ZDF veranstalteten Programmen:

- **arte**, dem deutsch-französischen Sender mit einem Kulturprofil,
- **3sat**, dem gemeinsamen Sender von ARD, ZDF, ORF und dem deutschsprachigen Teil des Schweizer Fernsehen, auch 3sat positioniert sich in den Bereichen Kultur, Wissenschaft, Gesellschaft,
- **PHOENIX**, dem Ereignis- und Dokumentationskanal von ARD und ZDF, Phoenix widmet sich in besonderer Weise der politischen Berichterstattung aus dem Deutschen Bundestag,
- **Ki.Ka**, dem gemeinsamen Kinderkanal von ARD und ZDF.

Darüber hinaus ist der WDR am digitalen Fernsehangebot der ARD beteiligt. Er hat die Federführung für **Einsfestival**, mit dem Schwerpunkt Kultur, Fernsehen und Popkultur. Einsfestival richtet sich vor allem an junge Erwachsene. **EinsPlus** konzentriert sich auf Sendungen aus den Feldern Gesundheit, Natur, Reise, Ernährung/Kochen, Leben, Wissen und Technik. **EinsExtra**, der dritte Digitalkanal der ARD, ist als Informationsprogramm profiliert. Hier wird die ARD-Berichterstattung gebündelt, ebenso gibt es Hintergrundinformationen zu nationalen und internationalen Ereignissen.

Im **Internet** bietet der WDR unter www.wdr.de ein breites Spektrum an Informationen zu den Programmen des Hörfunks und des Fernsehens. Die Startseite www.wdr.de ermöglicht zum einen den Zugang zu den Seiten des Fernsehens, des Hör-

funks, der Programmvorschau und zum Unternehmen WDR. Zum zweiten kann von der Startseite zu weitergehenden Informationen zu folgenden Themen weitergekllickt werden: Nachrichten, Wetter, Verkehrslage, Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissen, Panorama, Computer, Service, Sport, Medien, Studios in NRW und Kinder. – Grundlage für die Arbeit des WDR sind die rundfunkstaatsvertraglichen Vorgaben sowie die Bestimmungen im „Gesetz über den Westdeutschen Rundfunk Köln“¹⁸.

Das duale System als Herausforderung

Der erste „medienpolitische Urknall“ war die Einführung des privaten kommerziellen Hörfunks und Fernsehens zu Beginn der 1980er Jahre. Insbesondere von den unionsregierten Bundesländern wurde die Etablierung des privaten Rundfunks vorangetrieben. Hierfür mussten zunächst die technischen Voraussetzungen geschaffen werden. Die ersten Kabelpilotprojekte der Länder begannen Ende der 1970er Jahre. Der Bund forcierte nach dem Regierungswechsel 1982 die Verkabelung der Haushalte. Im Jahr 1984 nahmen die ersten privaten Rundfunksender ihren Sendebetrieb auf. Das duale Rundfunksystem in Deutschland wurde damit etabliert. Den 14 aus Rundfunkgebühren finanzierten Landesmedienanstalten¹⁹ obliegt die Zulassung und Aufsicht der privaten Rundfunkanstalten.

Bis zum Jahr 1984 gab es in der Bundesrepublik ausschließlich den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Die föderal organisierten Rundfunkanstalten hatten sich bereits im Jahr 1950 in der „Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland“ (ARD) zusammengeschlossen. Sie verantworten gemeinsam das erste Fernsehprogramm. Im Jahr 1961 trat das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) hinzu. Grundlage des ZDF

18 Das neue WDR-Gesetz lag zum Abschluss der Arbeiten an dieser Studie noch nicht vor. Die zweite Lesung im nordrhein-westfälischen Landtag war für die erste Dezemberwoche vorgesehen, zu dem Zeitpunkt waren die Arbeiten bereits abgeschlossen.

19 Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), Bremische Landesmedienanstalt, Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen), Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Landesmedienanstalt Saarland (LMS), Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern (LRZ), Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK), Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH), Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA), Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM), Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM), Thüringer Landesmedienanstalt (TLM).

ist ein Staatsvertrag der Länder. Im Hörfunk sendete seit 1962 der Deutschlandfunk. Er war trotz der rundfunkrechtlichen Verantwortung der Länder vom Bund im Jahr 1960 gegründet worden, richtete sein Angebot in erster Linie an Menschen in der DDR und war in den Anfangsjahren auch nur dort empfangbar. In Berlin und der DDR konnte überdies der RIAS (Rundfunk im amerikanischen Sektor) gehört werden. Der RIAS geht auf eine Gründung der amerikanischen Militäradministration zurück. Er stand bis zur Gründung des Deutschlandradios unter der Programmhoheit der United States Information Agency (USIA). Der RIAS sollte die „Stimme der freien Welt“ sein. Der Deutschlandsender Kultur wurde im Jahr 1990 in der DDR gegründet. Er hatte ein explizit kulturelles Profil und verstand sich als Reformsender. Empfangbar war er in Ostdeutschland. Im Jahr 1994 wurde aus dem RIAS, dem Deutschlandfunk und dem Deutschlandsender Kultur das Deutschlandradio, der erste national empfangbare öffentlich-rechtliche Rundfunksender als Körperschaft des öffentlichen Rechts, gegründet. Er ist bundesweit empfangbar.

Die privat-kommerziellen Rundfunkveranstalter müssen sich ähnlich den Printmedien am Markt bewähren. Sie sind in der Regel frei empfangbar und finanzieren sich durch den Verkauf von Werbung. An privaten Hörfunksendern sind vielfach private Zeitungsverlage wirtschaftlich beteiligt. Der seit Gründung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bestehende Antagonismus zwischen privatwirtschaftlichen Verlagen und öffentlich-rechtlichem System findet hier also seine Fortsetzung.

Grundlegend geregelt wurde das Nebeneinander von öffentlich-rechtlichem und privat-kommerziellem Rundfunk im ersten „Staatsvertrag zur Neuordnung des Rundfunkwesens“ (Rundfunkstaatsvertrag), der im April 1987 zwischen den Ländern geschlossen wurde²⁰. Seither wurde der Rundfunkstaatsvertrag durch mehrere Rundfunkänderungsstaatsverträge den aktuellen technischen und medienpolitischen Anforderungen angepasst. Einen besonderen Einschnitt stellt dabei das Inkrafttreten des 7. Rundfunkänderungsstaatsvertrags am 1. April 2004 dar. Durch ihn wurde mittels § 11 RÄStV der besondere Auftrag erstmals für alle öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten normiert (Weber, Roßnagel, Osterwalder, Scheuer, Wüst 2006, 257).

20 Im ersten Staatsvertrag zur Neuordnung des Rundfunkwesens wurde die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts im 4. bis 6. Rundfunkurteil umgesetzt.

Der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wird in § 11 des 7. Rundfunkänderungsstaatsvertrags wie folgt beschrieben:

§ 11 Auftrag

(1) Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat durch die Herstellung und Verbreitung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken. Er kann programmbegleitend Druckwerke und Mediendienste mit programmbezogenem Inhalt anbieten.

(2) Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat in seinen Angeboten und Programmen einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Er soll hierdurch die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. Sein Programm hat der Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Er hat Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten.

(3) Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat bei der Erfüllung seines Auftrags die Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Meinungsvielfalt sowie die Ausgewogenheit der Angebote und Programme zu berücksichtigen.

(4) Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio erlassen jeweils Satzungen oder Richtlinien zur näheren Ausgestaltung ihres jeweiligen Auftrags. Die Satzungen und Richtlinien nach S. 1 sind in den amtlichen Verkündigungsblättern der Länder zu veröffentlichen. Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio veröffentlichen alle zwei Jahre, erstmals am 1. Oktober 2004, einen Bericht über die Erfüllung ihres jeweiligen Auftrags, über die Qualität und Quantität der Angebote und Programme sowie die geplanten Schwerpunkte der jeweils anstehenden programmlichen Schwerpunkte.

(5) Die Länder überprüfen drei Jahre nach In-Kraft-Treten dieses Staatsvertrags die Anwendung der Bestimmungen des Abs. 4.

In den §§ 11 und 12 werden wesentliche Vorgaben aus den Rundfunkurteilen des Bundesverfassungsgerichts zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk umgesetzt bzw. nochmals fixiert. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk wird wie folgt beschrieben:

- er ist Medium und Faktor der freien Meinungsbildung,
- er hat der Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung zu dienen,
- er hat Beiträge zur Kultur anzubieten,
- er muss finanziell so ausgestattet werden, dass sein Bestand und seine Entwicklung gesichert sind.

In § 12 Abs. 1 des 7. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wird die Finanzausstattung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks angesprochen.

Es heißt hier:

(1) Die Finanzausstattung hat den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in die Lage zu versetzen, seine verfassungsmäßigen und gesetzlichen Aufgaben zu erfüllen; sie hat insbesondere den Bestand und die Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu gewährleisten.

Für den WDR wird der im Rundfunkstaatsvertrag beschriebene Auftrag öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten durch das „Gesetz über den Westdeutschen Rundfunk Köln“ (WDR-Gesetz) konkretisiert. Die erste Fassung des Gesetzes stammt aus dem Jahre 1985, seit 2004 liegt eine novellierte und in Kraft getretene Version vor. Gesetzgeber ist der nordrhein-westfälische Landtag. Derzeit wird das neue WDR-Gesetz (Oktober 2009) im nordrhein-westfälischen Landtag beraten²¹.

21 Es soll noch vor Weihnachten 2009 abschließend im Landtag NRW behandelt werden und zum 01.01.2010 in Kraft treten.

Der Programmauftrag wird im noch geltenden WDR-Gesetz in § 4 wie folgt beschrieben²²:

(1) Der WDR veranstaltet und verbreitet sein Fernseh-, Hörfunk- und Online-Angebot als Medium und Faktor des Prozesses freier Meinungsbildung und als Sache der Allgemeinheit. Die im Sendegebiet bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Kräfte gewährleisten die eigenverantwortliche Erfüllung seiner Aufgaben.

(2) Der WDR hat in seinem Angebot einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische und nationale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Sein Programm hat der Information, Bildung und Unterhaltung zu dienen. Er hat Beiträge zur Kultur, Kunst und Beratung anzubieten.

(3) Im Programm soll der regionalen Gliederung, der kulturellen Vielfalt des Sendegebietes, dem Prozess der europäischen Integration und den Belangen der Bevölkerung einschließlich der im Sendegebieten lebenden Menschen mit Migrationshintergrund Rechnung getragen werden.

Wird der Programmauftrag laut WDR-Gesetz mit dem im 7. Rundfunkänderungsstaatsvertrag fixierten Auftrag verglichen, fällt auf, dass der Kulturauftrag präziser gefasst wird. Im WDR-Gesetz ist nicht nur von Kultur, sondern auch von Kunst die Rede. Daraus entsteht ein höherer Anspruch an Sendungen, da Kunst enger als Kultur zu fassen ist²³. Weiter soll der kulturellen Vielfalt innerhalb des Sendegebietes

22 Im Gesetzesentwurf des neuen WDR-Gesetzes in der Fassung vom 15.06.2009 ist folgender Wortlaut vorgesehen: „(1) Der WDR veranstaltet und verbreitet seine Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier, individueller und öffentlicher Meinungsbildung und als Sache der Allgemeinheit. Die im Sendegebiet bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Kräfte und Gruppen gewährleisten die eigenverantwortliche Erfüllung seiner Aufgaben. (2) Der WDR hat in seinen Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Die Angebote haben der Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Der WDR hat Beiträge zur Kultur anzubieten. (3) Im Programm soll der regionalen Gliederung, der kulturellen Vielfalt des Sendegebiets, dem Prozess der europäischen Integration und den Belangen der Bevölkerung einschließlich der im Sendegebiet lebenden Menschen mit Migrationshintergrund Rechnung getragen werden.“

23 Auf verschiedene Kulturdefinitionen und den hier in dieser Studie angelegten Kulturbegriff wird in Kapitel 5 eingegangen.

tes Rechnung getragen werden. Dieser präzisiert die in § 4, Satz 3, Halbsatz 1 angeführte regionale Gliederung. Darüber hinaus sollen Angebote für im Sendegebiet lebenden Menschen mit Migrationshintergrund unterbreitet werden.

In § 5, Abs. 4 WDR-Gesetz (Programmgrundsätze) wird dieser Programmauftrag näher beschrieben. Ebenso wird der Kulturauftrag des WDR nochmals geschärft. Denn es geht nicht nur darum, Kunst zu präsentieren, sondern die Vielfalt künstlerischer Richtungen soll im Gesamtprogramm der Anstalt möglichst breit und vollständig Berücksichtigung finden.

WDR-Programmleitlinien

Gemäß § 11 Absatz 4 des 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrags müssen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Satzungen oder Richtlinien zur näheren Ausgestaltung ihres jeweiligen Auftrags erlassen.

In den Programmleitlinien stellt der WDR *„seine programmlichen Leistungen und Vorhaben in Erfüllung seines gesetzlichen Auftrags (§ 4 WDR-Gesetz) dar, um die programmlichen Schwerpunkte nachvollziehbar und transparent zu machen.“* (Programmleitlinien 2006, 4). Die Programmleitlinien können im Internetangebot des WDR abgerufen werden. Sie sind damit allgemein zugänglich.

Die Programmleitlinien sind nicht nach den Medien, sondern nach Themen gegliedert. Sie geben Auskunft über:

- Qualität (was bedeutet Qualität, Verbesserung der Qualität);
- Unabhängigkeit (Vertretung der Interessen der Allgemeinheit, Sicherung der Unabhängigkeit);
- Publikumskontakt (Erschließung von Publikum, Publikumsaktionen);
- Regionalität (regionale Präsenz);
- Information (formatübergreifende Information, künftige Schwerpunkte);
- Bildung und Wissen (Wissensvermittlung heute und morgen);
- Kultur (Kultursendungen, Sendungen mit Kulturanteil);
- Service und Beratung (Dienstleister des Publikums);
- Unterhaltung;
- Kinder.

Der WDR-Rundfunkrat verabschiedet die Programmleitlinien. Alle zwei Jahre muss der WDR über die Erfüllung der Programmleitlinien dem Rundfunkrat Bericht erstatten. Der erste Bericht an den Rundfunkrat wurde 2007 veröffentlicht, der erste Bericht über die Einhaltung der Leitlinien erfolgte 2008. Dabei verstehen sich die WDR-Programmleitlinien als Ergänzung zu bereits existierenden Regelwerken, wie u.a. den ARD-Richtlinien zur Sicherung des Jugendschutzes, den ARD-Richtlinien für die Werbung, zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und für das Sponsoring.

Im Jahr 2008 legte der WDR seinem Rundfunkrat den „Bericht über die Umsetzung der WDR-Programmleitlinien 2006/07“ (Bericht WDR-Programmleitlinien 2008) vor. In diesem Bericht wird entlang der Gliederung der Programmleitlinien nachgewiesen, was der WDR in den Jahren 2006–2007 geleistet hat und in welchen Bereichen gegebenenfalls noch Handlungsbedarf besteht. Programmleitlinien und Bericht über die Umsetzung der Programmleitlinien bieten also einen Soll-Ist-Vergleich.

Rechtssprechung des Bundesverfassungsgerichts

Bereits in Kapitel 1.2 zur Abgrenzung des Untersuchungsgegenstands wurde auf die Rechtssprechung des Bundesverfassungsgerichts zum Rundfunk eingegangen. Das Bundesverfassungsgericht hat sich in verschiedenen Entscheidungen mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und seinem Verhältnis zum privat-kommerziellen Rundfunk befasst. Von grundlegender Bedeutung ist das Urteil vom 11.09.2007 zur Festsetzung der Rundfunkgebühren für die Jahre 01.04.2005 bis 31.12.2008 (BVerfG, 1 BvR 2270/05).

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (ARD, ZDF und Deutschlandradio) hatten nach der Gebührenfestsetzung Klage beim Bundesverfassungsgericht eingereicht, da der Gesetzgeber bei der Festlegung der Rundfunkgebühr um 28 Cent unterhalb der von der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) festgelegten Höhe geblieben war. Die Ministerpräsidenten hatten die Abweichung unter anderem mit anstehenden medienpolitischen Entscheidungen begründet. Das Bundesverfassungsgericht stellte fest, dass medienpolitische Zielsetzungen nicht mit der Gebührenfestsetzung vermischt werden dürfen. Die Absenkung der von der KEF festgelegten Rundfunkgebühr durch die Ministerpräsidenten beurteilte das Bundesverfassungsgericht als verfassungswidrig. Als Gründe führte es neben der genannten verfassungswidrigen Vermischung medienpolitischer Vorstellungen mit Gebührenentscheidungen die Beschränkung der Rundfunkfreiheit durch die Absenkung der Gebühren an. In seiner Begründung verweist das Bundesverfassungsgericht nochmals auf seine einschlägigen Urteile, in denen der Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beschrieben wird.

Das Bundesverfassungsurteil vom 11.09.2007 ist für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in mehrfacher Hinsicht von grundlegender Bedeutung. Festgelegt wurde u.a.:

- das Erfordernis der bedarfsgerechten Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, so urteilt das Bundesverfassungsgericht: *„Zur Gewährleistung der Rundfunkfreiheit in der dualen Rundfunkordnung gehört die Funktionsfähigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks unter Einschluss seiner bedarfsgerechten Finanzierung (vgl. BVerfG 74, 297 <342>; 78, 101 <103f.>; 83, 238 <298>; 87, 181 <198>; 89, 144 <153>; 90, 60 <91>; sr.Rspr.)“* (BVerfG, 1 BvR 2270/05, 114)
- die Breite und Vielfalt im Programmangebot entsteht durch das Nebeneinander von öffentlich-rechtlichem und privatwirtschaftlichem Rundfunk (BVerfG 1 BvR 2270/05, 120), dabei unterliegt der öffentlich-rechtliche Rundfunk besonderen normativen Erwartungen an sein Angebot (BVerfG 1 BvR 2270/05, 121),
- die Notwendigkeit gesetzlich zu regeln, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen klassischen Programmauftrag erfüllen kann, *„der neben seiner Rolle für die Meinungs- und Willensbildung, neben Unterhaltung und Information seine kulturelle Verantwortung umfasst.“* (BVerfG, 1 BvR 2270/05, 122),
- nur wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Funktionsauftrag erfüllen kann, ist das duale System, das an die privatwirtschaftlichen Wettbewerber weniger strenge Anforderungen stellt, mit Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG vereinbar (BVerfG, 1 BvR 2270/05, 122),
- damit der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Funktionsauftrag erfüllen kann, muss, so das Bundesverfassungsgericht, *„der Gesetzgeber vorsorgen, dass die dafür erforderlichen technischen, organisatorischen, personellen und finanziellen Vorbedingungen bestehen.“* (BVerfG, 1 BvR 2270/05, 123)
- der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks muss dynamisch an die Funktion des Rundfunks gebunden werden, das bedeutet, dass *„das Programmangebot auch für neue Inhalte, Formen und Genres sowie für neue Verbreitungswege offen bleiben muss“* (BVerfG, 1 BvR 2270/05, 123)
- daraus folgt, dass *„der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht auf den gegenwärtigen Entwicklungsstand in programmlicher, finanzieller und technischer Hinsicht beschränkt werden (vgl. BVerfGE 74, 297 <350f.>; 83, 238 <298>) darf“*. Vielmehr muss die Finanzierung *„entwicklungsoffen und entsprechend bedarfsgerecht gestaltet werden“* (vgl. BVerfGE 90, 60 <91, 99>. *„Dem entspricht die Garantie funktionsgerechter Finanzierung. Die Mittelausstattung muss nach Art und Umfang den jeweiligen Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gerecht werden (vgl. BVerfGE 78, 101 <103 f.>; 87, 181 <198>; 90, 60 <90,99>.“* (BVerfG, 1 BvR 2270/05, 123)

- die Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, sich an den publizistischen Zielen unabhängig von Einschaltquoten und Werbeaufträgen zu orientieren; damit er das kann, muss seine Finanzierung vom ökonomischen Markt weitgehend abgekoppelt sein (vgl. BVerfGE 90, 60 <90>).“ (BVerfG, 1 BvR 2270/05, 126).

In dem Urteil wurde unterstrichen, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk einen umfassenden Auftrag (Information, Bildung und Unterhaltung sowie Kultur) hat. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ergänzt nicht jene Programmanteile, die für die privaten Anbieter zu kostspielig oder zu wenig quotenträchtig sind, sondern das duale System steht auf beiden Säulen: einem öffentlich-rechtlichen Vollprogramm und dem privatwirtschaftlichen Rundfunk. Zugleich schreiben die Verfassungsrichter dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk ins Stammbuch, dass seine Finanzierung durch Gebühren mit der Anforderung von Vielfalt im Programm und von Angeboten, die nur geringe Einschaltquoten erzielen, verbunden ist. Die grundgesetzlich garantierte Presse- und Rundfunkfreiheit verlangt ein funktionierendes duales System, in dem der öffentlich-rechtliche Rundfunk in seinem Funktionsauftrag nicht beschnitten wird.

Von herausragender Bedeutung ist die Entwicklungsgarantie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die nochmals höchstrichterlich fixiert wird. Es wurde anerkannt, dass der Grundauftrag des ZDF, der ARD-Sender und von Deutschlandradio nicht an ein Medium gebunden ist, sondern medienübergreifend gewährleistet werden muss. Programmauftragserfüllung unter Nutzung neuer Massenmedien, lautet die Formel. Dieser Meinung sind naturgemäß auch die Zuständigen der öffentlich-rechtlichen Sender. Um mit den Worten des Intendanten des SWR, Peter Boudgoust, zu sprechen: „Das Publikum, das uns mit den Rundfunkgebühren finanziert, sucht uns im Netz. Deshalb ist es nur logisch, dass wir diese Gebühren auch dafür verwenden, dass wir im Netz präsent sind.“ (Boudgoust, Regional – National – Digital, 136).

2.2 Digitalisierung als zweiter medienpolitischer Urknall

Anders als die Zulassung privater Rundfunkanbieter ist die Digitalisierung kein politischer und gesetzgeberischer Akt, sondern ein schleichender Prozess. Die Folgen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk sind aber nicht weniger weitreichend.

- Die Digitalisierung ist eine technische Herausforderung, da es neue Produktions- und Verbreitungsmöglichkeiten gibt, die erhebliche Investitionen in die aktuelle Technik sowie die Archivierung von Rundfunkmaterial erfordern. Durch die Digitalisierung haben sich die Berufsbilder und die Ausbildung in einigen Medienberufen grundlegend verändert. In die Weiterbildung der bereits Beschäftigten musste entsprechend investiert werden. Speziell was den Hörfunk betrifft, wird dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk – auch von den privaten Rundfunkanbietern – hinsichtlich der technischen Entwicklung eine Vorreiterrolle zugemessen (Hillmoth 2008).
- Die Digitalisierung ermöglicht mit dem Internet einen Verbreitungsweg, der neue Chancen der Interaktion mit den Nutzern bietet. Informationen können auf eine Art und Weise bereitgestellt werden, die im herkömmlichen Rundfunk kaum vorstellbar war. Sendungen und Programme können durch Zusatzinformationen im Internet angereichert werden.
- Speziell durch das Internet ändern sich aber auch die Rezeptionsgewohnheiten der Nutzer. Das Internet wird insbesondere von der jüngeren Generation stark genutzt.
- Die Digitalisierung ist für alle Medienanbieter – egal ob Printmedium, öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt, privatwirtschaftlicher Rundfunk – ein Einschnitt. Bislang bekannte Abgrenzungen und Aufgabenbereiche werden neu arrondiert, neue Verteilungskämpfe entstehen.

Manch einer spricht mit Blick auf die Auswirkungen der Digitalisierung von einer digitalen Revolution oder von einem sich vollziehenden Kulturwechsel (Zimmer 2000). Und auch der WDR verkündete bereits 1999 in der Publikation „Alles WDR“, dass die Zukunftstechnologie der Medien digital sei.

Die ARD/ZDF-Onlinestudie, die im Jahr 2009 zum 13. Mal durchgeführt wurde, gibt über die Nutzung des Internets Auskunft. Aufgrund der Anlage als Langzeituntersuchung erlaubt sie Vergleiche der Internetnutzung über einen langen Zeitraum. Nutzten im Jahr 1997 gerade mal 6,5% der Befragten gelegentlich das Internet, sind es im Jahr 2009 67,1% (van Eimeren/Frees 2009, 335). Dabei ist die Steigerung der Onlinenutzung im Vergleich zum Vorjahr mit 1,9% die geringste seit 1997. Es scheint so zu sein, als sei die Zielgruppe der Onlinenutzer inzwischen weitgehend ausgeschöpft. Bei einer altersspezifischen Betrachtung der Internetnutzer wird auch in der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009 erneut bestätigt, dass nahezu alle 14- bis 19-Jährigen zu den Internetnutzern zählen. Ermittelt wurden 95,5%. Bei den 20- bis 29-Jährigen sind es 90,9%, bei den 30- bis 39-Jährigen 85,4%, bei den 40- bis 49-Jährigen 77,6%, bei den 50- bis 59-Jährigen 64,2% und bei den über 60-Jährigen 26,7% (van Eimeren/Frees 2009, 336). Potenziale der Internetnutzung

bestehen also vor allem noch bei der älteren Generation. Bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist das Internet selbstverständlicher Teil der Mediennutzung.

Wichtig ist unter medienpolitischen Gesichtspunkten vor allem, ob die Internetnutzung zusätzlich zur Nutzung der traditionellen Medien Tageszeitung, Radio und Fernsehen hinzutritt oder ob aufgrund beschränkter Zeitressourcen durch die Internetnutzung andere Medien substituiert werden. Werden die tagesaktuellen Medien betrachtet, so ist das Fernsehen nach wie vor das Medium Nr. 1. Immerhin 71% der Onliner und 85% der Offliner informieren sich über das Tagesgeschehen im Fernsehen. Demgegenüber nutzen 33% der Onliner das Internet für tagesaktuelle Informationen (van Eimeren/Frees 2009, 342). Das Fernsehen hat also eindeutig die Nase vorn.

Wird nicht nur die Information über das tagesaktuelle Geschehen, sondern insgesamt die Mediennutzung der Onliner betrachtet, wird noch deutlicher, dass das Fernsehen das meistgenutzte Medium ist. Unter den Onlinern ab 14 Jahren nutzen 77% das Fernsehen täglich, im Jahr 2006 waren es 75%. Das Radio nutzen 69% täglich, das ist ein spürbarer Rückgang gegenüber 76% im Jahr 2006. Das Internet nutzen 66% täglich, im Jahr 2006 waren es 50%. Und die Tageszeitung nutzen nur 48%, im Jahr 2006 waren es noch 55% (van Eimeren/Frees 2009, 347). Verlierer sind also eindeutig das Radio und vor allem die Tageszeitungen.

Diese Daten machen verständlicher, warum gerade von Seiten der Zeitungs- und Zeitschriftenverlage der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, in dem die Telemedienangebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten näher beschrieben werden, so intensiv lobbyistisch begleitet wurde. Sie sind unmittelbar von der Internetnutzung betroffen. Neben den einbrechenden Erlösen aus Anzeigen, sinken auch die Verkaufszahlen, da andere Medien bevorzugt werden. Als privatwirtschaftliche Unternehmen müssen die Verlage die Mittel für ihre Internetpräsenzen erwirtschaften. Kostenpflichtige Angebote haben sich bislang im Internet nicht durchsetzen können. Selbst „Spiegel Online“, ein höchst erfolgreiches Internetangebot, ist inzwischen wieder dazu übergegangen, alle Inhalte kostenfrei anzubieten, da die kostenpflichtigen Zusatzangebote von den Nutzern offensichtlich nicht angenommen werden²⁴.

Für die Verlage geht es aktuell um nicht weniger als um das schiere Überleben in einem neuen medialen Umfeld. Auch Initiativen wie die Nationale Initiative Printmedien des Staatsministers für Kultur und Medien haben jedoch bislang noch keine durchschlagenden Erfolge gebracht.

24 Es bleibt abzuwarten, ob das Internet sich als „Umsonst-Medium“ weiterentwickelt oder ob in den nächsten Jahren in größerem Umfang tragfähige Geschäftsmodelle entstehen, die eine genaue Abrechnung der genutzten Inhalte unter Wahrung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen gewährleisten.

Medienpolitisch galt es mit dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag also abzuwägen, zwischen dem legitimen Interesse des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Internet präsent zu sein, um seine Nutzer zu erreichen, dem Interesse der Allgemeinheit an umfassenden pluralen Informationen, über die der öffentlich-rechtliche Rundfunk verfügt und die er durch die zeitsouveräne Nutzung im Internet noch umfänglicher anbieten kann als zuvor sowie den Interessen von Wirtschaftszweigen nach Zukunftschancen. Der Gesetzgeber hat sich letztlich zu einem „sowohl als auch“ entschieden und mit dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag ein Gesetzeswerk der Übergangszeit vorgelegt²⁵.

Erforderlich wurde der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag aufgrund des Beihilfekompromisses zwischen der EU-Kommission und der Bundesrepublik Deutschland. Der Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT) hatte bei der EU-Kommission Beschwerde eingelegt und die Prüfung veranlasst, ob es rechtmäßig sei, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk aus Gebühren Online-Angebote finanziere. Aus Sicht des VPRT handelt es sich bei dieser Finanzierung um eine unzulässige Beihilfe. Zwischen der Bundesregierung und der EU-Kommission wurde als Kompromiss geschlossen, dass der Auftrag der Telemedienangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks klarer gefasst wird. Dieses ist im Jahr 2008 mit dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag geschehen. Der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag trat am 01.01.2009 in Kraft²⁶.

Im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurde in den Absätzen 1 und 2 von § 11 der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geschärft. Die vorherigen Absätze 1 und 2 werden zusammengefasst und präzisiert. Es heißt nun:

„(1) Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist es, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individuel-

25 Gegenwärtig können die Auswirkungen der digitalen Revolution weder vollständig überblickt noch abschließend rechtlich geregelt werden. Die bereits seit vielen Jahren beschriebene anstehende Konvergenz der Medien wird durch neue technische Entwicklungen und die veränderten Angebote der Verlage, der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wie auch der privat-kommerziellen Rundfunksender zwar erstmals greifbar, was sie sowohl gesellschaftlich als auch kulturwirtschaftlich bedeutet, muss aber noch weiter ausgeleuchtet und dann rechtlich geregelt werden.

26 Einen Eindruck von den gegensätzlichen Einschätzungen des Beihilfekompromisses und den Folgerungen, die für den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag daraus geschlossen werden müssen, bieten die Beiträge von Eva-Maria Michel, Justiziarin des WDR, und Helmut Heinen, Präsident des Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, im *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk, das im Verlauf der letzten Verhandlungen zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag erschienen ist (Michel 2008, Heinen 2008).

ler und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben in ihren Angeboten einen umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Sie sollen hierdurch die internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern. Ihre Angebote haben der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen. Sie haben Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten. Auch Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen.“

Wesentlich an Absatz 1 ist zweierlei: zum einen wird formuliert, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft erfüllen sollen. Damit wird der Kulturauftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, der bislang allein durch den Satz „*Er hat Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten*“ (§ 11, Absatz 2, Satz 4, 7. Rundfunkänderungsstaatsvertrag) normiert wurde, verstärkt. Zum zweiten wird der Unterhaltungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks näher bestimmt. Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen, d.h. implizit, sie soll sich qualitativ vom Unterhaltungsangebot des privaten Rundfunks unterscheiden. Beides zusammen genommen, die Verstärkung des Kulturauftrags und der Qualitätsanspruch, sollen zu einer Schärfung des Profils des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beitragen.

Neu sind die §§ 11a bis 11f im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. Hier werden die Telemedienangebote näher beschrieben. Im Kern geht es darum, welche Angebote der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Internet verbreiten kann und wie lange sie vorgehalten werden können. In Absatz 1, § 11d 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wird zunächst als Auftrag festgestellt, dass die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF und das Deutschlandradio journalistisch-redaktionell veranlasste und journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien anbieten. Damit wird der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten für das Internet präzisiert.

In Absatz 2 § 11 wird dieser Auftrag wie folgt spezifiziert bzw. eingeschränkt:

(2) Der Auftrag nach Absatz 1 umfasst das Angebot von

1. *Sendungen ihrer Programme auf Abruf bis zu sieben Tage nach deren Ausstrahlung, Sendungen auf Abruf von Großereignissen gemäß § 4 Abs. 2 sowie Spielen der 1. und 2. Bundesliga bis zu 24 Stunden danach,*

- 2. inhaltlich und zeitlich bis zu sieben Tage danach auf eine konkrete Sendung bezogene Telemedien soweit auf für die jeweilige Sendung genutzte Materialien und Quellen zurückgegriffen wird und diese Telemedien thematisch und inhaltlich die Sendung unterstützend vertiefen und begleiten, ohne jedoch bereits ein eigenständiges Telemedienangebot nach § 11f Abs. 3 darzustellen; diese sendungsbezogenen Telemedien sind in Telemedienkonzepten entsprechend § 11f Abs. 1 zu beschreiben; Vorankündigungen sind zulässig,*
- 3. Sendungen und sendungsbezogene Telemedien nach Ablauf der Fristen nach Nummer 1.1 Halbsatz und Nummer 2 sowie von nichtsendungsbezogenen Telemedien nach Maßgabe eines nach § 11f durchgeführten Verfahrens, in den Telemedienkonzepten ist angebotsabhängig eine Befristung für die Verweildauer vorzunehmen; nicht sendungsbezogene presseähnliche Angebote sind unzulässig und*
- 4. zeitlich unbefristeten Archiven mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten nach Maßgabe der gemäß 1§ 11f zu erstellenden Telemedienkonzepte.*

Im Klartext heißt dies, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sendungsbezogene Inhalte bis zu sieben Tage nach Ausstrahlung der Sendung im Internet präsentieren können, ohne dass hierfür ein Telemedienkonzept vorgelegt werden muss. Einschränkend wird festgelegt, dass es sich um keine „presseähnlichen Angebote“ handeln darf. Am achten Tag nach der Sendung müssen diese Angebote wieder entfernt werden, es sei denn, sie werden durch das Telemedienkonzept abgedeckt. Die bestehenden Internetangebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten müssen nach Inkrafttreten des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags im Rahmen eines Drei-Stufen-Tests, der bis zum 31.08.2010 abgeschlossen sein muss, überprüft und gegebenenfalls in die Telemedienkonzepte einbezogen werden.

Bedeutsam für den WDR und seine regionale Ausrichtung ist ferner, dass in § 11d Absatz 5 Satz 2 des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags festgelegt ist, dass eine flächendeckende lokale Berichterstattung in Telemedien nicht zulässig ist. Hiermit soll insbesondere die Lokalpresse geschützt werden.

Näher bestimmt werden die Telemedienangebote in §11f 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. In Absatz 1 wird zunächst festgelegt, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Zielgruppe, Inhalt, Ausrichtung und Verweildauer der geplanten Telemedienangebote in Telemedienkonzepten näher beschreiben müssen. In Abs. 3 § 11d wird festgelegt, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in den Satzungen oder Richtlinien übereinstimmend Kriterien festlegen müssen, in denen beschrieben wird, wie sie bei neuen oder veränderten Teleme-

dienangeboten vorgehen. Ein verändertes Angebot liegt dann vor, wenn sich die inhaltliche Gesamtausrichtung des Angebots oder auch die Zielgruppe ändert. Das Vorgehen zur Erstellung und Prüfung der Telemedienangebote wird in Abs. 3 § 11f beschrieben:

(3) Ist ein neues Angebot oder die Veränderung eines bestehenden Angebots nach Absatz 1 geplant, hat die Rundfunkanstalt gegenüber ihrem zuständigen Gremium darzulegen, dass das geplante, neue oder veränderte Angebot vom Auftrag erfasst ist. Es sind Aussagen darüber zu treffen,

- 1. inwieweit das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht,*
- 2. in welchem Umfang durch das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beitragen wird und*
- 3. welcher finanzielle Aufwand für das Angebot erforderlich ist.*

Dabei sind die Quantität und Qualität der vorhandenen frei zugänglichen Angebote, marktliche Auswirkungen des geplanten Angebots sowie dessen meinungsbildende Funktion angesichts bereits vorhandener vergleichbarer Angebote auch des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu berücksichtigen. Darzulegen ist der voraussetzliche Zeitraum innerhalb dessen das Angebot stattfindet.

Hier findet also ein Rückgriff auf den bereits erwähnten konkretisierten Kulturauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks statt. Die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft begründen ein Telemedienangebot. Mit der Bestimmung, dass dargelegt werden muss, inwiefern das Telemedienangebot einen Beitrag zum publizistischen Wettbewerb leistet, wird erstmals in Abweichung zur ständigen Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk – zumindest mit Blick auf Telemedien – eine subsidiäre Funktion beigemessen. Das Bundesverfassungsgericht hat in seinen Urteilen stets darauf verwiesen, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk einen Grundversorgungsauftrag hat und öffentlich-rechtlicher und privat-kommerzieller Rundfunk einander ergänzen. Hier wird festgelegt, dass das Telemedienangebot einen publizistischen Mehrwert bieten muss. Es steht also nicht für sich, sondern muss mehr bieten als die vorhandenen kommerziellen Angebote. Diese Veränderung wird noch untermauert durch Absatz 4, in dem festgelegt wird, dass vor der Aufnahme eines neuen Angebots Dritten Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben werden muss. Zur Entscheidungsbildung kann auf Kosten der Rundfunkanstalt ein Gutachten durch unabhängige Sachverständige in Auftrag gegeben werden. Zu den marktlichen Auswirkungen ist gutachterliche Beratung hinzuzuziehen.

Für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und ihre Gremien bedeutet die Prüfung jedes neuen Telemedienangebotes einen zusätzlichen finanziellen, zeitlichen und inhaltlichen Aufwand. Dritten muss Einblick in die Planungen einer Sendeanstalt gewährt werden. Gegenwärtig kann noch nicht abgeschätzt werden, wie sich der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag in der Praxis auswirken wird. Er bedeutet einerseits eine Beschneidung der Internetaktivitäten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Es ist kaum möglich, bedarfsbezogen, schnell – wie es das Medium Internet verlangt – und mit einer gewissen längeren Abrufmöglichkeit zu reagieren. Ein sendungsbezogenes Angebot, das schnelles Reagieren erlaubt, muss nach sieben Tagen wieder entfernt werden. Ein durch das Telemedienkonzept abgedecktes Angebot bedarf eines längeren Vorlaufs.

Andererseits muss konstatiert werden, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk seit Inkrafttreten des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags offensiv sein Internetangebot im Fernsehen bewirbt. – Hier scheint durch den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag weitere Rechtssicherheit geschaffen worden zu sein. – Speziell in der ARD „Tagesschau“ und den ARD „Tagesthemen“ sowie im ZDF in „heute“ sowie „heute journal“ wird in fast jeder Sendung auf vertiefende Informationen im Internet verwiesen. Die ARD hat gegenüber dem ZDF noch den Vorteil, dass neben den audiovisuellen Beiträgen, den Texten und Grafiken der Internetredaktionen zusätzlich auf einen großen Pool an Hörfunkbeiträgen aus den Landesrundfunkanstalten zurückgegriffen werden kann. Das Internet bietet die Möglichkeit, Beiträge zu vertiefen und zusätzliche Informationen zu liefern, die in der vorgegebenen Sendezeit nicht präsentiert werden können. Diese Informationen sind von einem allgemeinen Interesse – dennoch: die Situation der privatwirtschaftlich arbeitenden Presse wird dadurch zusätzlich verschärft.

Dass audiovisuelle Angebote im Internet auf ein wachsendes Interesse stoßen, weist die ARD/ZDF-Onlinestudie 2009 nach. Keine andere Anwendung hat seit der ersten ARD/ZDF-Onlinestudie im Jahr 1997 eine solche Dynamik aufgewiesen wie die zeitsouveräne Nutzung von Audios und Videos im Netz. Im Jahr 2006 nutzten lediglich 28% der Onliner Videos im Internet, im Jahr 2009 sind es bereits 62% (van Eimeren/Frees 2009, 342). Der starke Anstieg hängt zum einen mit den besseren technischen Voraussetzungen, zum anderen aber auch mit einem gewachsenen Angebot zusammen.

Telemedienkonzepte

Im Juni 2009 legten die ARD, die Landesrundfunkanstalten sowie das ZDF ihre jeweiligen Telemedienkonzepte vor.

Das Telemedienkonzept der ARD umfasst:

- ✦ ARD.de
- ✦ tagesschau.de
- ✦ eins-extra.de
- ✦ sportschau.de
- ✦ boerse.ARD.de
- ✦ DasErste.de
- ✦ einsfestival.de
- ✦ einsplus.de

In Kooperation mit dem ZDF wurde das Telemedienkonzept für kika.de und phoenix.de vorgelegt. Der WDR hat die Federführung für sportschau.de sowie einsfestival.de.

Der WDR hat am 01.06.2009 drei Telemedienkonzepte (Telemedienkonzept für das Internetangebot des WDR, Angebot für WDR-Text, Webchannelangebot des WDR) vorgelegt. Auch hier galten die Prüfkriterien des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags. Das Telemedienkonzept für das Internetangebot des WDR²⁷ wurde dem WDR-Rundfunkrat in seiner 506. Sitzung am 26. Mai 2009 vorgestellt. Das Webchannelangebot des WDR wird im Zuge der Neuordnung der digitalen Angebote vom WDR nicht weiter verfolgt, so dass zurzeit zwei Telemedienangebote im Raum stehen. Gemäß 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag besteht die Möglichkeit, zu diesen Angeboten Stellung zu nehmen. Zum Abschluss der Arbeiten an dieser Studie war dieser Prozess noch nicht abgeschlossen.

Telemedienkonzept für das Internetangebot des WDR

In seinem Telemedienkonzept für das Internetangebot unterstreicht der WDR, dass sich sein Angebot gegenüber dem seiner kommerziellen Mitbewerber durch Werbefreiheit auszeichnet. Ebenso wird hervorgehoben, dass es weitgehend barrierefrei ist. Das Angebot ist mehrfach sendungsbezogen. Es wird zum einen auf anstehende Sendungen hingewiesen, zum anderen werden bereits gesendete Beiträge teilweise zum Abruf angeboten. Sendungen werden mit Zusatzinformationen angereichert. Schwerpunkt des Internetangebots des WDR sind Informationen aus den Bereichen Nachrichten, Wissen, Bildung, Kultur und Ratgeber. Das Angebot soll zum gesellschaftlichen Diskurs einen Beitrag leisten. Dieses

27 Siehe: http://www.wdr.de/unternehmen/senderprofil/pdf/gremien/rundfunkrat/WDR_20090513_Telemedienkonzept_Internet.pdf (Zugriff 31.10.2009)

kann auch mittels Unterhaltungssendungen oder fiktionaler Inhalte geschehen, darum werden diese teilweise ebenfalls im Telemedienkonzept berücksichtigt²⁸. Nicht angeboten werden angekaufte Spielfilme oder angekaufte Folgen von Fernsehsendungen.

Verweildauer von Sendungen, Sendungsbeiträgen und anderen audiovisuellen Inhalten auf Abruf

- Aktuelle Sendungen (z.B. Lokalzeit, Aktuelle Stunde) sieben Tage
- Magazine, Dokumentationen, Reportagen (z.B. Menschen hautnah, WDR 2 Morgenmagazin, WDR 3 Mosaik) bis zu zwölf Monate
- Serielle Angebote und Mehrteiler bis zu sechs Monate nach Ausstrahlung der letzten Folge

28 Das Telemedienkonzept für das Internetangebot des WDR ist wie folgt gegliedert: Einleitung; I. Bestandteil des Auftrages, 1. Bestimmung der kommunikativen Bedürfnisse, 2. Relevanz der kommunikativen Bedürfnisse für den Auftrag; II. Bestandsbeschreibung des WDR Internetangebots: 1. Das WDR Internetangebot 2009 – Aufbau und publizistische Ausrichtung, 2. Zielgruppe, 3. Mehrfacher Sendungsbezug, 4. Verweildauerkonzept/Archivkonzept, 5. Das WDR Internetangebot 2009 – die Angebotsteile, 5.1 WDR.de (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau), 5.2. WDR Mediathek (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau), 5.3. Online-Auftritte der Fernsehsendungen des WDR (Fernseh-Startseite) (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau, Fernseh-Startseite, Online-Auftritte der Fernsehsendungen des WDR, Genre-Seiten), 5.3.1. WDR Regional, 5.3.2. Information 5.3.3. Kultur, 5.3.4. Ratgeber, 5.3.5. Unterhaltung, 5.3.6. Wissen, 5.3.7. Film, 5.4. Online-Auftritte der Radiowellen (Radio-Startseite) (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau), 5.4.1. 1live.de (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau), 5.4.2. WDR2.de (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau), 5.4.3. WDR3.de (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau) 5.4.4. WDR4.de (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau), 5.4.5. WDR5.de (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau), 5.4.6. funkhaeuropa.de (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau), 5.4.7. Orchester und Chor (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau), 5.4.8. Die WDR Lehrstellenaktion (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau), 5.5. Programmorschau (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau), 5.6. Unternehmensseiten (Publizistischer Ansatz, Navigation und Aufbau), 6. Angebotsformen/Darstellung/Formate, 7. Sonstiges (z.B. Auspielung, Verlinkung, Barrierefreiheit); III. Qualitativer Beitrag zum publizistischen Wettbewerb: 1. Bestimmung der publizistischen Wettbewerbssituation, 2. Bestimmung des Beitrags des WDR Internetangebots zum publizistischen Wettbewerb; IV. Finanzieller Aufwand für das Internetangebot des WDR

- Sendungen, Sendungsbeiträge und andere audiovisuelle Inhalte zu Programm- und Themenschwerpunkten sowie zu jährlich wiederkehrenden Ereignissen (z.B. 1LIVE Krone, WDR5-Literaturmarathon) bis zu zwölf Monate
- Ausgewählte Unterhaltungssendungen (z.B. Kabarett), Interview- und Talkformate (z.B. Zimmer frei, WDR5-Funkhausgespräche) sowie Sendungsbeiträge zu ausgewählten Themen bis zu zwölf Monate
- Sendungen und Sendungsbeiträge aus dem Bereich Bildung und andere audiovisuelle Bildungsinhalte (z.B. Planet Wissen, WDR5-Lilipuz) bis zu fünf Jahre
- Vorhandene Sendungen, Sendungsbeiträge und andere audiovisuelle Inhalte können wieder eingestellt werden, wenn es einen redaktionellen Bedarf gibt (z.B. Wiederholung im analogen Programm, Ereignis)

Der besondere Mehrwert des Internetangebots des WDR – wie auch anderer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten – besteht darin, dass eben nicht nur einzelne Sendungen oder Sendungsbeiträge nach der Ausstrahlung noch einmal angesehen werden können, sondern dass zahlreiche Zusatzinformationen als Bilder, Texte oder multimediale Inhalte zur Verfügung gestellt werden. Hierin besteht die tatsächliche Anreicherung zum jeweils aktuellen Radio- und Fernsehangebot. Entsprechend wird im Telemedienkonzept auch dargelegt, wie lange die Verweildauer von Bild-, Text und multimedialen Inhalten ist.

Verweildauer von Bild-, Text und multimedialen Inhalten

- auf Sendungen bezogene und programmbegleitende Inhalte und Elemente einschließlich Foren und Chats (z.B. WDR 3- oder WDR 5-Feature, Westpol) bis zu zwölf Monate
- Angebotsteile, die Inhalte mehrerer Sendungen bündeln, interaktive Anwendungen, redaktionelle Themenschwerpunkte zu jährlich wiederkehrenden Ereignissen sowie ausgewählte Inhalte der Berichterstattung (z.B. WDR 5-Literaturmarathon, Einsturz des Kölner Stadtarchivs) bis zu zwölf Monate

- Inhalte und Elemente zu seriellen Angeboten und Mehrteilern (z.B. Serie Trödel-King, WDR 5-Hörspiel Mehrteiler Die Tore der Welt) bis zu sechs Monate nach der Ausstrahlung der letzten Folge
- Inhalte und Angebotsteile aus dem Bereich Bildung (z.B. WDR 5 Leonardo, Planet Wissen, WDR-Klangkiste) bis zu fünf Jahre
- bei wiederkehrenden Ereignissen wie Wahlen oder Kulturevents (z.B. Ruhr-Triennale) eine dem Berichtsgegenstand immanente Frist
- vorhandene Inhalte können wieder angeboten werden, wenn es einen redaktionellen Bedarf gibt
- nutzergenerierte Inhalte sind an die Verweildauer des redaktionell veranlassten Inhalts gebunden
- Programminformationen können unbegrenzt vorgehalten werden
- Grundlegende Informationen für Rundfunkteilnehmer etwa zu Gebühren, zum Auftrag des WDR, zu den Klangkörpern können unbegrenzt vorgehalten werden

Über die durch das Telemedienkonzept abzudeckenden Inhalte können die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zeitlich unbefristet Archive mit zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten anbieten. Hierzu zählen zeit- und kulturgeschichtliche Bildungs- und Wissensinhalte, Dokumente mit zeit- und kulturgeschichtlicher Relevanz, fortlaufende Chroniken, redaktionell ausgewählte Inhalte aus den Rundfunkarchiven z.B. zu Jahrestagen oder Kulturereignissen, Geschichte des WDR, Rundfunkgeschichte als Zeit- und Kulturgeschichte.

WDR-Text

WDR-Text startete laut Telemedienkonzept-Teletext²⁹ im Jahr 1983 als erster regionaler Videotext-Dienst Deutschlands (Telemedienkonzept Teletext 2009, 2). Laut Telemedienkonzept WDR Text wird der WDR-Teletext von mehr als zwei Millionen Zuschauern täglich genutzt. Der Schwerpunkt liegt auf Informationen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport aus NRW (Telemedienkonzept Teletext 2009, 5). Die Mehrzahl der Inhalte ist aufgrund ihrer Aktualität zeitlich begrenzt verfügbar. Manche Inhalte werden täglich überschrieben. Eine

29 Telemedienkonzept für das Angebot des WDR Text abrufbar unter: http://www.wdr.de/unternehmen/senderprofil/gremien/rundfunkrat/pdf/WDR_20090513_Telemedienkonzept_Text.pdf (Zugriff: 31.10.2009)

Verweildauer von sieben Tagen wird vom WDR für den überwiegenden Teil des Angebots als angemessen erachtet. Dossiers zu einzelnen Schwerpunktthemen werden zwölf Monate vorgehalten. Im Telemedienkonzept vergleicht der WDR sein Teletext-Angebot mit anderen Angeboten wie RTL-Teletext, VOX-Teletext, SAT.1-Teletext und Pro7-Teletext und kommt zu dem Schluss, dass der WDR-Text „im publizistischen Wettbewerb eine besondere Stellung“ (Telemedienkonzept Teletext 2009, 12) genießt, da er werbefrei ist, einen regionalen Bezug liefert, der bei den anderen Anbietern nicht in dem Maße vorhanden ist und auch keine kostenpflichtigen Chatforen anbietet. Mit Blick auf die Kosten wird festgehalten, dass kein zusätzlicher Finanzbedarf besteht, sondern das Angebot in den Jahren 2009 bis 2012 im Rahmen der genehmigten Haushalte finanziert werden kann. Für das Jahr 2009 und 2010 wird mit Kosten von jeweils 2,3 Mio. Euro gerechnet (Telemedienkonzept Teletext 2009, 13).

Festzuhalten ist: Die Erarbeitung der Telemedienkonzepte, ihre Bewertung und Beratung in den Rundfunkräten, das Einholen von Stellungnahmen und gegebenenfalls auch von Gutachten sowie die Auseinandersetzung mit Gutachten ist ein Kraftakt. Er hat zuerst Personal und Mittel in den Rundfunkanstalten gebunden. Im fortlaufenden Prozess gilt dieses in abgeschwächter Form auch für Dritte, die an der Debatte teilnehmen. Dennoch, erstmalig wird nunmehr der zunächst organisch gewachsene Bestand an Angeboten einer Revision unterzogen. Wer sich mit den nunmehr vorgelegten Konzepten befasst, wird feststellen, dass auch nach dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ein breites Internetangebot machen können. Die zeitliche Beschränkung auf sieben Tage bezieht sich vornehmlich auf tagesaktuelle Sendungen, deren Informationswert nach sieben Tagen zum größten Teil ohnehin nur noch gering ist und die sicherlich auf nur noch wenig Interesse stoßen werden. Bei sehr vielen anderen Sendungen können Inhalte nach Genehmigung der entsprechenden Telemedienkonzepte über einen längeren Zeitraum der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Dieses ist im Interesse der Öffentlichkeit, die sich zunehmend im Internet informiert. Wenn die Bedeutung des Verbreitungswegs Internet wächst, muss sich dieses allerdings auch in der Vergütung von Auftragnehmern widerspiegeln. Es ist ein Unterschied, ob ein Inhalt einmal versendet und vergütet wird oder ob ein Inhalt über mehrere Monate öffentlich zugänglich gemacht wird. Hier wird die angemessene Vergütung zwischen den betreffenden Gewerkschaften, den Berufsverbänden und den Anbietern wie dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk auszutarieren sein.

2.3 Rundfunk als Teil der Daseinsvorsorge oder als beliebiges Wirtschaftsgut

„Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist Bestandteil des kulturellen Lebens. In der Erfüllung seines Informations-, Unterhaltungs- und Bildungsauftrags nimmt er einen unverzichtbaren Kulturauftrag wahr. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist für die Aufrechterhaltung und Vielfalt des Kulturbetriebs wichtig. Dies gilt auch für seinen Stellenwert im Filmbereich.“, so formulierte es der Deutsche Kulturrat im Jahr 2004 in seiner Stellungnahme „Kultur als Daseinsvorsorge!“ (Deutscher Kulturrat 2004).

Diese Stellungnahme wurde mit Blick auf die europäischen und die internationalen Debatten zur Liberalisierung der Dienstleistungsmärkte verabschiedet. Sowohl auf der europäischen als auch der internationalen Ebene zeichnete sich Ende der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts ab, dass, nachdem zuerst die Gütermärkte liberalisiert und Zollschränken abgebaut wurden, nunmehr die Dienstleistungsmärkte in den Mittelpunkt der Liberalisierungsbemühungen rückten. Dabei bestanden und bestehen nach wie vor sehr unterschiedliche Auffassungen darüber, welche Dienstleistungen vornehmlich privatwirtschaftlich erbracht werden sollen und welche in erster Linie einem allgemeinen Interesse dienen und daraus folgend öffentlich finanziert oder in öffentlich-rechtlicher Rechtsform betrieben werden sollen.

Von der EU-Fernsehrichtlinie zur Richtlinie über audiovisuelle Medien

Bereits im Jahre 1984 legte die EU-Kommission dem Rat der Europäischen Union das Grünbuch „Fernsehen ohne Grenzen“ vor (Fernsehen ohne Grenzen 1984). Bis zu diesem Zeitpunkt war noch offen, ob die Kommission überhaupt Kompetenzen im Bereich Medien hat. Mit der Vorlage des genannten Grünbuchs ging die Kommission in die Offensive. Es war daher ein wichtiger Schnitt in der EU-Medienpolitik. Es zeichnete sich bereits das Spannungsfeld der Bewertung des Rundfunks als Kultur- oder Wirtschaftsgut ab. In dem Moment, in dem der Rundfunk als reine Dienstleistung betrachtet wird, fällt er in den Zuständigkeitsbereich der EU, da insbesondere die EU-Kommission als Hüterin der Europäischen Verträge darüber wachen muss, dass der europäische Binnenmarkt funktioniert. Werden allerdings kulturelle Aspekte in den Vordergrund gerückt, greift nicht die Zuständigkeit der Kommission für Dienstleistungen, sondern das im Amsterdamer Vertrag verankerte Subsidiaritätsprinzip für den Kulturbereich sowie speziell für den Rundfunk das Zusatzprotokoll zum Amsterdamer Vertrag, auf das noch eingegangen wird.

Angestoßen durch die Arbeit der EU-Kommission setzte sich das Europäische Parlament zunehmend mit medienpolitischen Fragen auseinander. Diese Aktivitäten mündeten im Jahr 1989 in der Verabschiedung der Richtlinie „Fernsehen ohne

Grenzen“³⁰. Kernpunkt der EU-Fernsehrichtlinie in der Ausführung von 1989 ist das so genannte Herkunftslandprinzip. Dieses besagt, dass derjenige Mitgliedsstaat die Kontrolle und Aufsicht über das Angebot innehat, in welchem der Fernsehveranstalter ansässig ist. Die Mitgliedstaaten verpflichten sich zudem untereinander zum ungehinderten Empfang der Programme. Unter den Anwendungsbereich fallen alle audiovisuellen Mediendienste. Inhaltlich befasst sich die erste Fernsehrichtlinie maßgeblich mit dem Jugendschutz, dem Recht auf Kurzberichterstattung und dem Recht auf Gegendarstellung, mit Quotenregelungen, Werbung und Sponsoring.

Durch die Erneuerung der Richtlinie im Jahr 1997 kam es zu einer Präzisierung und Angleichung einzelner Regelungsbereiche, wie beim Teleshopping oder Schutz von Minderjährigen. Zugleich wurde festgeschrieben, dass die EU-Kommission im Jahr 2002 eine erneute Überprüfung der Fernsehrichtlinie unter Berücksichtigung der fortschreitenden technischen Entwicklung vornehmen solle.

Veränderte wirtschaftliche Gegebenheiten machten es notwendig, die Richtlinie von Zeit zu Zeit zu modernisieren. So legte die Kommission im Dezember 2005 einen Änderungsvorschlag vor, der dem Europäischen Parlament und dem Ministerrat zugeleitet wurde. Circa ein Jahr später, im November 2006 einigten sich die Kultur- und Medienminister auf eine so genannte „Allgemeine Ausrichtung“ und auch das Europäische Parlament gab kurz danach seine Stellungnahme ab, in der es Änderungswünsche vorbrachte.

Die neue Fernsehrichtlinie, die so genannte Richtlinie „Audiovisuelle Mediendienste ohne Grenzen“ (kurz: AVMD-Richtlinie) trat am 19. Dezember 2007 nach über anderthalbjähriger Verhandlungszeit in Kraft und löste die vorhergehende Richtlinie RL 89/552/EWG ab. Die Mitgliedsstaaten müssen sie nun in nationales Recht umsetzen. Kernanliegen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Entstehungsprozess der AVMD-Richtlinie war, dass der Anwendungsbereich auf nicht-lineare audiovisuelle Mediendienste ausgeweitet wird. Das Fernsehen und fernseh-ähnliche Mediendienste sollen, so das zentrale Anliegen der inzwischen verabschiedeten AVMD-Richtlinie, zukünftig nicht nur als reines Wirtschaftsgut, sondern ebenso als Kulturgut betrachtet werden. Inhaltlich betrachtet enthält die neue Richtlinie Mindestnormen, welche die Regelungsbereiche Werbung, Kurzberichterstattung, Schutz von Minderjährigen, Förderung europäischer und unabhängiger Werke sowie Übertragung von Großereignissen betreffen. Die Mehrzahl der Regelungen war bereits in den vorhergehenden Richtlinien vorhanden, wurde

30 Allein die Dauer zwischen Vorlage des Grünbuchs „Fernsehen ohne Grenzen“ im Jahr 1984 und die Verabschiedung der EU-Fernsehrichtlinie im Jahr 1989 belegt, dass grundlegende Diskussionen zur medienpolitischen Ausrichtung dieser Richtlinie stattgefunden haben.

hier jedoch weiterentwickelt und den aktuellen Gegebenheiten, besonders hinsichtlich der neuen Übertragungswege, angepasst.

Die kursorisch wiedergegebene Diskussion um die Richtlinien zu den audiovisuellen Medien zeigt, dass bereits seit Jahrzehnten ein Spannungsverhältnis zwischen der Position der Europäischen Kommission auf der einen Seite und dem Bund, den Ländern und den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auf der anderen besteht. Die Europäische Kommission betrachtet den Rundfunk vor allem ökonomisch unter dem Aspekt der Dienstleistungsfreiheit und leitet daraus das Recht ab, auf die Gesetzgebung zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk Einfluss zu nehmen. Bund, Länder und der öffentlich-rechtliche Rundfunk vertreten die Auffassung, dass nach dem in den Europäischen Verträgen verankerten Subsidiaritätsprinzip und speziell dem Amsterdamer Protokoll die Gestaltung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in erster Linie in der Verantwortung der Mitgliedsstaaten steht³¹.

Eine Wegmarke wurde mit dem Protokoll zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Amsterdamer Vertrag gesetzt.

DIE HOHEN VERTRAGSPARTEIEN –

IN DER ERWÄGUNG, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk in den Mitgliedstaaten unmittelbar mit den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen jeder Gesellschaft sowie mit dem Erfordernis verknüpft ist, den Pluralismus in den Medien zu wahren –

SIND über folgende auslegende Bestimmung ÜBEREINGEKOMMEN, die dem Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft beigefügt ist:

Die Bestimmungen des Vertrags zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft berühren nicht die Befugnis der Mitgliedstaaten, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu finanzieren, sofern die Finanzierung der Rundfunkanstalten dem öffentlich-rechtlichen Auftrag, wie er von den Mitgliedstaaten den Anstalten

31 Im *puk*-Dossier „Öffentlich-rechtlicher Rundfunk“ vom September/Oktober 2008 sind die verschiedenen europarechtlichen Positionen zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk nachzulesen. So erläutert EU-Wettbewerbskommissarin Neelie Kroes ausführlich, warum die EU-Kommission im Beihilfekompromiss eine Präzisierung des Programmauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks eingefordert hat (Kroes 2008, 9ff). Der Leiter des ARD-Verbindungsbüros in Brüssel Jürgen Burggraf hält dagegen, wie stark die EU-Kommission inzwischen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk reguliert (Burggraf 2008, 18).

übertragen, festgelegt und ausgestaltet wird, dient und die Handels- und Wettbewerbsbedingungen in der Gemeinschaft nicht in einem Ausmaß beeinträchtigt, das dem gemeinsamen Interesse zuwiderläuft, wobei den Erfordernissen der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags Rechnung zu tragen ist.
Amsterdamer Protokoll 1997

Wesentlich ist dabei aus deutscher Sicht, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland eben nicht staatlich, sondern durch Gebühren finanziert ist. Daher greift aus Sicht des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie der Länder und des Bundes die Argumentation der EU-Kommission, es handele sich um eine Beihilfe, nicht. Und auch aus kulturpolitischer Sicht ist mit Nachdruck zu betonen, dass eine Verkürzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf die Angebote, die auf dem ökonomischen Markt nicht überlebensfähig sind, zu kurz greift. Der öffentlich-rechtliche und der privat-kommerzielle Rundfunk sowie die Verlage befinden sich in einem publizistischen Wettbewerb. Dieser publizistische Wettbewerb ist der Kern der bundesdeutschen Medienordnung, der auch in die AVMD-Richtlinie Eingang gefunden hat. Von herausragender Bedeutung ist ferner das oben zitierte Amsterdamer Protokoll. – Kulminiert ist die Auseinandersetzung auf der europäischen Ebene im bereits erwähnten sogenannten Beihilfe-Kompromiss im Jahr 2007, der den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag veranlasste.

GATS-Abkommen

Mitte der 1990er Jahre wurde der Rundfunk auch auf der internationalen Ebene in den Blick genommen. Fritz Pleitgen reiste im Jahr 1998 als Vertreter der ARD und als WDR-Intendant erstmals zu einer Welthandelskonferenz der WTO (World Trade Organisation) nach Seattle und kam unter dem Eindruck zurück, dass die Gefahr bestehe, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk wie auch der Kulturbereich allgemein vom GATS-Abkommen (Generell Agreement on Trade in Services) betroffen sind.

Das GATS ist das Allgemeine Abkommen über den Handel mit Dienstleistungen im Rahmen der WTO, das am 15.04.1994 geschlossen wurde. Das Ziel von GATS ist die Sicherung des grenzüberschreitenden Handels mit Dienstleistungen.

gen und die fortschreitende Liberalisierung der Märkte. Mit der Schaffung des GATS durch die so genannte Uruguay-Runde der Verhandlungen der WTO geriet auch der audiovisuelle Sektor, hier besonders Film und Fernsehen, in den Blick der globalen Handelspolitik. Frühe Bestrebungen auf europäischer Seite, allen voran von Frankreich, die Kultur aus dem GATS-Abkommen heraus zu halten, um so eine Liberalisierung der Kulturindustrie zu verhindern, scheiterten (Pauwels, Loisen 2004). Die Besonderheit der Liberalisierungsvereinbarungen im Rahmen der WTO bestehen darin, dass sie kaum revidiert werden können. Einmal eingegangene Liberalisierungszusagen können nur zurückgeholt werden, wenn den Vertragspartnern in anderen Sektoren Liberalisierungszugeständnisse angeboten werden. Grundprinzip der GATS-Verhandlungen ist der Austausch von Angeboten (offers) und Forderungen (request).

Innerhalb des GATS wurden zwölf verschiedene Dienstleistungsbereiche klassifiziert:

1. Unternehmerische und berufsbezogene Dienstleistungen,
2. Kommunikationsdienstleistungen,
3. Bau- und Montagedienstleistungen,
4. Vertriebsdienstleistungen,
5. Bildungsdienstleistungen,
6. Umweltdienstleistungen,
7. Finanzdienstleistungen,
8. Medizinische und soziale Dienstleistungen,
9. Tourismus und Reisedienstleistungen,
10. Erholung, Kultur und Sport,
11. Transportdienstleistungen,
12. sonstige nicht aufgeführte Dienstleistungen.

Die audiovisuellen Dienstleistungen, also neben Film auch der Rundfunk, finden sich im Dienstleistungsbereich 2 (Kommunikationsdienstleistungen). Von Seiten einiger Mitgliedsstaaten der WTO besteht ein besonderes Interesse an der Liberalisierung von audiovisuellen Dienstleistungen. Nach dem Verständnis der WTO fallen audiovisuelle Dienstleistungen in den Anwendungsbereich des GATS. Aus kultur- und medienpolitischen Erwägungen haben die Mitgliedstaaten der Europäischen Union und andere WTO-Mitglieder bislang keine Liberalisierungsforde-

rungen in diesem Bereich gestellt und auch keine angenommen. Damit wird der Tatsache Rechnung getragen, dass audiovisuelle Medien Wirtschafts- und Kulturgüter sind.

Ein Prinzip der GATS-Verhandlungen ist, dass sich Staaten zusammenschließen (so genannte Freundesgruppen), um gemeinsame Forderungen gegenüber anderen zu erheben. So fordert die Gruppe „Freunde des audiovisuellen Sektors“ (Friends of Audiovisual), der u.a. die USA, China, Japan, Mexiko, Singapur und Taiwan angehören, Liberalisierungen von mehreren Untersektoren der audiovisuellen Medien und zwar für Film- und Fernsehaufnahmen, Videoproduktionen, Film- und Videoverleih, Filmvorführungen und Musikaufnahmen (Majuntke 2006). Bisher konnten sie diese Forderungen nicht durchsetzen. Deutschland hat innerhalb des GATS kein eigenständiges Verhandlungsmandat, sondern wird wie die anderen EU-Mitgliedstaaten von der EU vertreten.

Auch durch die GATS-Verhandlungen zieht sich das Spannungsverhältnis der Betrachtung des Rundfunks als Kultur- und als Wirtschaftsgut. Indem sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk stärker marktorientiert verhält, und zwar nicht nur hinsichtlich seiner Programmpolitik, sondern auch mit Blick auf sein Geschäftsgebaren, desto eher neigt sich die Waagschale zu einer Betrachtung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Wirtschaftsgut. Andererseits wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk sowohl von der KEF als auch von den Rechnungshöfen aufgefordert, sich in seinem wirtschaftlichen Handeln den Marktgegebenheiten anzupassen und z.B. marktübliche Preise zu zahlen. In dem Moment stellt sich automatisch erneut die Frage nach der Betrachtung von Rundfunkgebühren als Beihilfen, auch wenn sie nicht direkt vom Staat geleistet werden. Es entsteht so eine letztlich kaum auflösbare Zwickmühle zwischen den unterschiedlichen Anforderungen verschiedener Akteure, die letztlich einer offenen Debatte darüber bedürfen, ob der öffentlich-rechtliche Rundfunk einen Sonderstatus haben soll, der auch für sein wirtschaftliches Handeln gilt oder ob er nach Marktmaßstäben beurteilt werden soll. Sollte letzteres politisch – und nicht ausschließlich von Rechnungsprüfern – gewollt sein, steht der öffentlich-rechtliche Rundfunk als solcher in Frage.

UNESCO-Konvention Kulturelle Vielfalt

Nicht zuletzt die GATS-Verhandlungen und die ökonomische Übermacht der USA waren es, die zuerst in Kanada die Idee nach einer Konvention zum Schutz der kulturellen Vielfalt reifen ließ. Kanada ist zum einen durch seine unmittelbare Nachbarschaft zu den USA ganz besonders von der Medienmacht der US-amerikanischen Unterhaltungsindustrie betroffen. Zum anderen fühlt sich die kanadische Politik in besonderer Weise der kulturellen Vielfalt verpflichtet. Kanada hat daher in den UNESCO-Kontext den Vorschlag einer Konvention Kulturelle

Vielfalt eingebracht. Von der ersten Debatte bei der UNESCO-Generalkonferenz im Jahr 2003, bis hin zur Verabschiedung im Oktober 2005 vergingen gerade mal zwei Jahre, was bei einem völkerrechtlich verbindlichen Dokument einer „Tour de Force“ gleichkommt.

Das UNESCO-Übereinkommen zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen (kurz: UNESCO-Konvention kulturelle Vielfalt) trat am 13. März 2007 in Kraft³². Durch dieses Vertragswerk wird erstmals das Recht aller Staaten auf eine eigenständige Kulturpolitik völkerrechtlich verbindlich festgesetzt. Dieses Recht inkludiert auch ein Recht auf finanzielle Förderung und den Erlass entsprechender Gesetze. Die Konvention verfügt in Deutschland in zweierlei Hinsicht über Bindekraft. Sie wurde einerseits von der Europäischen Union ratifiziert. Folglich ist sie als innergemeinschaftliches Recht zu betrachten und entfaltet ihre Kraft ebenso in der Außenbeziehung mit anderen UNESCO-Mitgliedsstaaten wie nach innen mit den EU-eigenen Mitgliedsstaaten. Andererseits wurde das Abkommen auch von allen der 27 Mitgliedsstaaten der Europäischen Union ratifiziert und ist in das jeweilige nationale Recht eingegangen.

Wichtig ist die Verabschiedung der Konvention besonders vor dem Hintergrund der geschilderten zunehmenden Liberalisierungspolitik der Welthandelsorganisation (WTO). Während letztgenannte Subventionen für die Filmindustrie oder die Gebühren des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Hindernisse und Verzerrungen des freien Wettbewerbs versteht, begreift die UNESCO-Konvention Kulturelle Vielfalt diese Maßnahmen als Garant zur Sicherung der kulturellen Vielfalt. Auf diese Weise wurde international das Zeichen gesetzt, dass Kultur mehr ist als eine bloße Handelsware. Folglich soll so der Gefahr begegnet werden, dass Kultur immer mehr auf ihren wirtschaftlichen Nutzen reduziert wird. Kultur ist ein gesellschaftlicher Wert und muss einen solchen primären Wert auch weiterhin innehaben. Zwar kann Kultur auch zum Abbau von Handelsbarrieren und zur Stärkung der Wirtschaft eingesetzt werden, der ihr inhärente Nutzen besteht aber zuallererst in ihrem Eigenwert, durch den *„menschliche Fähigkeiten und Werte bereichert werden“* (Konvention kulturelle Vielfalt, Präambel, S. 1). Im Text des Abkommens wird besonders auf die Interdependenz zwischen dem Schutz der kulturellen Vielfalt und dessen positive Auswirkungen auf eine demokratische, tolerante, sozial gerechte, friedfertige und respektvolle (Welt)Gesellschaft hingewiesen.

32 Es konnte in Kraft gesetzt werden, nachdem mindestens 32 Staaten den Vertragstext ratifiziert hatten. Im März 2007 waren es bereits 52, was auf die große Bedeutung hindeutet, die diesem völkerrechtlichen Dokument beigemessen wird.

In Art. 4. Nr. 1 der UNESCO-Konvention Kulturelle Vielfalt wird zunächst definiert, was unter kultureller Vielfalt zu verstehen ist. Es heißt dort:

„Kulturelle Vielfalt“ bezieht sich auf die mannigfaltige Weise, in der die Kulturen von Gruppen und Gesellschaften zum Ausdruck kommen. Diese Ausdrucksformen werden innerhalb von Gruppen und Gesellschaften sowie zwischen ihnen weitergegeben. Die kulturelle Vielfalt zeigt sich nicht nur in der unterschiedlichen Weise, in der das Kulturerbe der Menschheit durch eine Vielzahl kultureller Ausdrucksformen zum Ausdruck gebracht, bereichert und weitergegeben wird, sondern auch in den vielfältigen Arten des künstlerischen Schaffens, der Herstellung, der Verbreitung, des Vertriebs und des Genusses von kulturellen Ausdrucksformen, unabhängig davon, welche Mittel und Technologien angewandt werden.

Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist die Technologieneutralität von besonderer Relevanz, die in dem oben genannten Absatz der UNESCO-Konvention Kulturelle Vielfalt formuliert wird. Damit ist gemeint, dass kulturelle Vielfalt nicht auf bestimmte Verbreitungsformen beschränkt ist, sondern alle Verbreitungsformen impliziert.

In Art. 4. Nummer 6 der UNESCO-Konvention Kulturelle Vielfalt wird gefasst, was gemäß dieser Konvention unter Kulturpolitik und kulturpolitischen Maßnahmen verstanden wird. Und zwar:

Kulturpolitik und kulturpolitische Maßnahmen bezieht sich auf die Politik und die Maßnahmen im Zusammenhang mit Kultur auf lokaler, nationaler, regionaler oder internationaler Ebene, die entweder Kultur als solche zum Gegenstand haben oder darauf abzielen, sich unmittelbar auf die kulturellen Ausdrucksformen von Einzelpersonen, Gruppen oder Gesellschaften auszuwirken, einschließlich des Schaffens, der Herstellung, der Verbreitung und des Vertriebs kultureller Aktivitäten, Güter oder Dienstleistungen sowie des Zugangs zu ihnen.

Kulturpolitik bezieht sich laut der UNESCO-Konvention Kulturelle Vielfalt also auch auf die Verbreitung von kulturellen Gütern und Dienstleistungen. Daraus kann ein direkter kultur- und medienpolitischer Auftrag zur Sicherung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks abgeleitet werden, der in Art. 6, Nummer 2 h noch einmal konkretisiert wird.

In Art. 6 werden zunächst die Rechte der Vertragsparteien auf nationaler Ebene skizziert. Hier steht:

(1) Im Rahmen ihrer Kulturpolitik und kulturpolitischen Maßnahmen im Sinne des Artikels 4 Nummer 6 und unter Berücksichtigung ihrer eigenen besonderen Gegebenheiten und Bedürfnisse kann jede Vertragspartei Maßnahmen, die auf den Schutz und die Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen innerhalb ihres Hoheitsgebiets abzielen, beschließen.

Noch einmal konkretisiert wird diese Vorgabe, kulturpolitische Maßnahmen zur Sicherung der kulturellen Vielfalt zu ergreifen, mit Blick auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Artikel 6 Nummer 2 h folgendermaßen: *Maßnahmen, die darauf abzielen, die Medienvielfalt zu erhöhen, und zwar auch durch den öffentlichen Rundfunk.* Dieser Satz bietet bei kultur- und medienpolitischen Auseinandersetzungen die völkerrechtlich verbindliche Basis, um Maßnahmen zum Schutz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu ergreifen, wenn dadurch die Medienvielfalt erhöht wird. Da auf der europäischen Ebene die UNESCO-Konvention Kulturelle Vielfalt ratifiziert wurde, bindet sie auch die Europäische Kommission bei ihrer Bewertung und Beurteilung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Damit sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk darauf beziehen kann, muss er seinerseits aber auch Medienvielfalt leisten. Er muss selbst für die Vielfalt kultureller Ausdrucksformen stehen und sie in seinem Programm abbilden.

Die UNESCO-Konvention Kulturelle Vielfalt hat also eine doppelte Bindungskraft: sie gibt den Rahmen für eine Kultur- und Medienpolitik zur Sicherung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und sie verpflichtet den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zum Schutz und zur Förderung kultureller Vielfalt. In dieser doppelten Bindungskraft liegt die potenzielle Sprengkraft der Konvention. Sie ist kein Freifahrtschein für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und sie weist zugleich die Befürworter einer Liberalisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in die Schranken.

Der WDR wirtschaftlich betrachtet – Ein Überblick

3 DER WDR WIRTSCHAFTLICH BETRACHTET – EIN ÜBERBLICK

Als gemeinwohlorientierte öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt hat der WDR nur begrenzten Einfluss auf seine Erträge. Er erwirtschaftet keine Gewinne, vielmehr dienen die Gebühren, seine Haupteinnahmequelle, dazu, seine Aufwendungen zu decken. Festgelegt werden die Rundfunkgebühren von den Ländern. Grundlage der Entscheidungen der Landesparlamente und der Landesregierungen ist der Vorschlag der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten³³ (im Folgenden KEF). Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten melden gegenüber der KEF ihren zukünftigen Bedarf an. Die KEF ihrerseits prüft den angemeldeten Bedarf vor dem Hintergrund der im Rundfunkstaatsvertrag beschriebenen Aufgaben der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten mit Blick auf die Grundsätze der Wirtschaftlichkeit und der Sparsamkeit.

Die KEF unterrichtet die Landesregierungen alle zwei Jahre über die Finanzlage der Rundfunkanstalten. Sie teilt in diesem Zusammenhang auch mit, ob aus ihrer Sicht Änderungen der Rundfunkgebühren erforderlich sind oder nicht. Die Gebührenanpassung folgt in der Regel im Vier-Jahresrhythmus. Die Länder entscheiden jeweils, ob sie sich die Vorschläge der KEF zu Eigen machen oder ob sie, wie im Jahr 2005, unter den Ermittlungen der KEF bleiben oder, was prinzipiell auch möglich ist, darüber hinausgehen. Abweichungen von den Empfehlungen der KEF sind gemäß Rundfunkstaatsvertrag zu begründen³⁴.

33 Die KEF besteht aus 16 unabhängigen Sachverständigen, die von den Ministerpräsidenten benannt werden. Jedes Land benennt ein Mitglied der KEF. Die Sachverständigen sollen aus folgenden Bereichen stammen: drei Sachverständige aus dem Bereich der Wirtschaftsprüfung, zwei Sachverständige aus dem Bereich der Betriebswirtschaft mit den Schwerpunkten Personalfragen oder Investitionen und Rationalisierung, zwei Sachverständige aus dem Bereich Rundfunkrecht, die die Befähigung zum Richteramt haben, drei Sachverständige aus den Bereichen Medienwirtschaft und Medienwissenschaft, ein Sachverständiger aus dem Bereich Rundfunktechnik und fünf Sachverständige der Landesrechnungshöfe.

34 In Kapitel 2 wurde dargestellt, dass das Bundesverfassungsgericht im Jahr 2007 in seiner Entscheidung zu den Rundfunkgebühren klargestellt hat, dass anstehende medienpolitische Entscheidungen keine zureichende Begründung für die Abweichung von der Empfehlung sind.

Die KEF hat seit der Verabschiedung des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags zusätzlich die Aufgabe festzustellen, ob gegebenenfalls Überschüsse erwirtschaftet wurden. Sobald diese Überschüsse mehr als 10% der Gebühreneinnahmen betragen, müssen sie als Rücklage angelegt und verzinst werden und bei einer möglichen Unterdeckung in Folgejahren verwandt werden. Die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten sind zu einem Finanzausgleich untereinander verpflichtet. Der WDR ist die mit Abstand größte gebende Anstalt³⁵.

Neben der Kontrolle durch die KEF werden die Erträge und Aufwendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten von den Landesrechnungshöfen geprüft. Für den WDR als Einlandesanstalt ist der nordrhein-westfälische Landesrechnungshof zuständig. Die Landesrechnungshöfe prüfen auch die Beteiligungsunternehmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Den Landtagen und Landesregierungen geht jährlich ein Bericht von den Landesrechnungshöfen über deren Prüfergebnisse zu. Darüber hinaus werden die Jahresabschlüsse der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten von Wirtschaftsprüfern geprüft. Tochterfirmen werden ebenfalls von den Wirtschaftsprüfern geprüft und können zudem, wie andere gewerbliche Unternehmen auch, von den Finanzbehörden geprüft werden.

Neben den genannten Prüfungsinstanzen werden die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten vom Rundfunkrat sowie dem Verwaltungsrat kontrolliert. Im Rundfunkrat sind gesellschaftlich relevante Gruppen, Kirchen und teilweise Parteien vertreten.

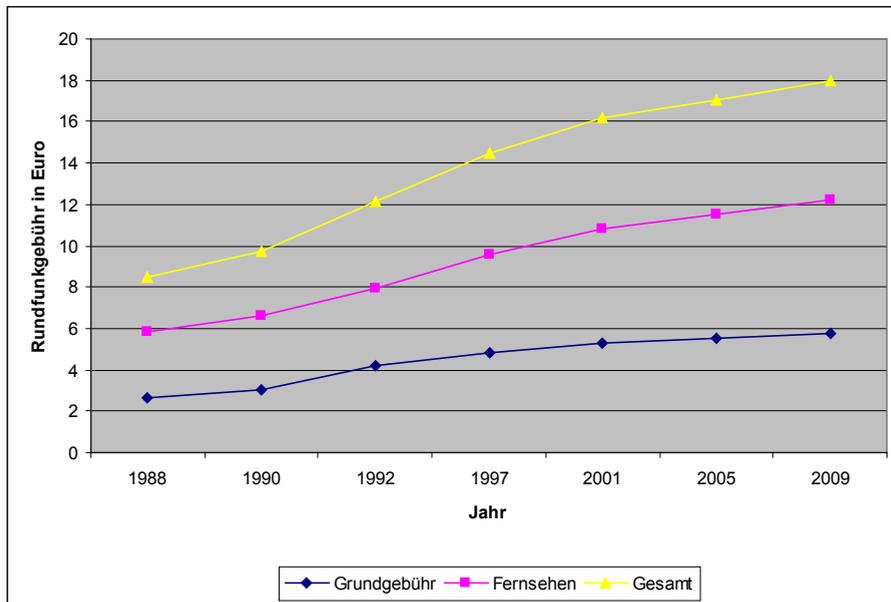
Insgesamt besteht somit ein enges Regelungsnetzwerk der Kontrolle der Erträge und Aufwendungen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten (im Überblick hierzu: Wegner 2008).

35 Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten wie der Rundfunk Berlin-Brandenburg, Radio Bremen und Saarländischer Rundfunk können ihren Finanzbedarf aus Rundfunkgebühren nicht decken, da in ihrem Sendegebiet zu wenig Gebührenzahler leben und sie daher vergleichsweise geringe Einnahmen aus Rundfunkgebühren haben. Da die Höhe der Rundfunkgebühren laut KEF aber auch nicht anhand des Bedarfs der kleineren Rundfunkanstalten festgelegt werden können, sind die Rundfunkanstalten untereinander zum Finanzausgleich verpflichtet. Zu den Geber-Anstalten gehören neben dem WDR der BR, der HR, MDR, der NDR und SWR, zu den Nehmer-Anstalten RB, RBB und SR. Insbesondere der RB und SR sind von weiter sinkenden Teilnehmergebühren betroffen. Ihr Beitrag zum Finanzausgleich in den letzten Jahr waren ein massiver Stellenabbau und spürbare tarifliche Einschnitte. Weiter wurde das Rundfunksinfonieorchester des SR mit dem Rundfunkorchester (Kaiserslautern) des SWR zur Deutschen Radio Philharmonie zusammengelegt. Auch diese Verschmelzung ging mit einem Stellenabbau einher. Laut KEF stößt der Leistungsaustausch im Programm für die kleineren Anstalten inzwischen an Grenzen, da sie sonst zu Abspielstätten der größeren Anstalten würden. (16. Bericht KEF)

3.1 Erträge des WDR

Im Untersuchungszeitraum (1994 bis 2009) fanden sechs Gebührenerhöhungen statt. Die letzte Gebührenerhöhung trat zum 01.01.2009 in Kraft. Die Rundfunkgebühr beträgt nunmehr 17,98 Euro, davon entfallen 5,76 Euro auf den Hörfunk (die Grundgebühr) und 12,22 Euro auf das Fernsehen³⁶. In nachstehendem Diagramm 1 wird die Entwicklung der Rundfunkgebühr veranschaulicht. Über die Jahre hinweg betrachtet entfällt rd. ein Drittel der Gebühr jeweils auf den Hörfunk und zwei Drittel auf das Fernsehen³⁷.

DIAGRAMM 1: Entwicklung der Rundfunkgebühren in den Jahren 1988 bis 2009



Eigene Darstellung nach Daten der KEF <http://www.kef-online.de/inhalte/entwicklung.html>

³⁶ Die Rundfunkgebühr steht allerdings nicht in voller Höhe dem WDR zur Verfügung, da Anteile davon auf das ZDF, das Deutschlandradio und die Landesmedienanstalten entfallen.

³⁷ Das Verhältnis von Hörfunk und Fernsehen an den Gebühren stellt sich wie folgt dar: 1988: 31,10% Hörfunk, 68,90% Fernsehen; 1990: 31,62% Hörfunk, 68,38% Fernsehen; 1992: 34,68% Hörfunk, 65,32% Fernsehen; 1997: 33,45% Hörfunk, 66,55% Fernsehen, 2001: 32,94% Hörfunk, 67,06% Fernsehen; 2005: 32,41% Hörfunk, 67,59% Fernsehen; 2009: 32,04% Hörfunk, 67,96% Fernsehen.

Wie in Kapitel 1.2 geschildert, wurde mit dem Projektbeirat vereinbart, für die Darstellung der Erträge und Aufwendungen die Soll-Ansätze der Haushaltspläne des WDR zugrunde zu legen. Da die Erträge aus Rundfunkgebühren aufgrund der Gebührenfestsetzung durch die Landtage für einen langen Zeitraum im Voraus weitgehend bekannt sind, bieten die Soll-Ansätze eine ausreichend valide Grundlage für diese Untersuchung.

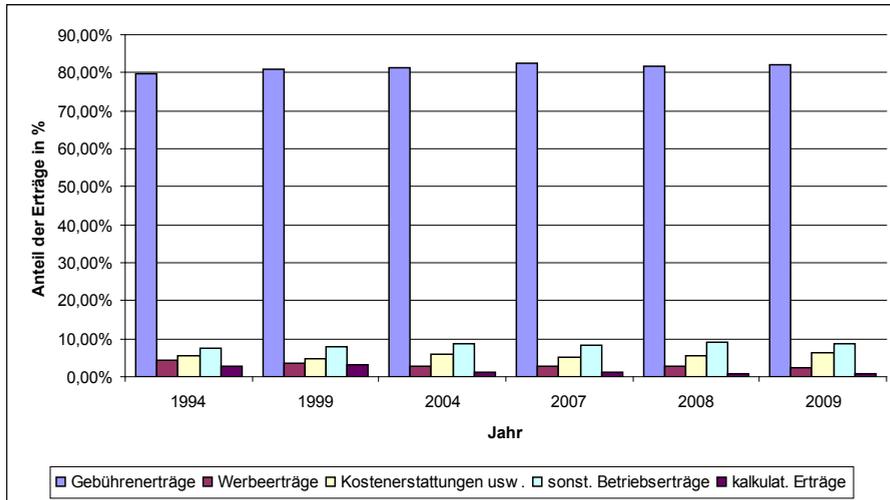
Die Erträge des WDR setzen sich u.a. aus folgenden Positionen zusammen:

- **Gebührenerträge,**
- **Werbeerträge,** bis einschließlich 2004 sind hier die Planungen der Erträge aus der Rundfunkwerbung der WDR-Werbetochter Westdeutsche Rundfunkwerbung GmbH (WWF), ab 2005 der WDR mediagroup GmbH eingestellt, für das Jahr 2003 wurden die Neuregelungen zur Besteuerung der Werbeerträge bei den Planungen für die Werbeerträge vom WDR berücksichtigt, es wird ein pauschaler Gewinnanteil von 16% an den Umsätzen aus Werbung unterstellt, der der Besteuerung unterliegt (Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer und Kapitalertragssteuer),
- **Kostenerstattungen, Co-Produktionserträge, Programmverwertungen,**
- **sonstige Betriebserträge,** hierzu zählen Erträge aus Mieten und Pachten, Zinserträge, übrige Erträge,
- **kalkulatorische Erträge,** das sind nicht einnahmewirksame Erträge, wie die Veränderung des Programmvermögens, die aktivierten Eigenleistungen und die Auflösungen von Rückstellungen.

Dem Diagramm 2 ist zu entnehmen, dass die Rundfunkgebühr das Rückgrat der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks darstellt. Relativ stabil tragen die Gebühren rd. vier Fünftel zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bei³⁸. Die Erträge aus Werbung sind seit 2004 rückläufig. Dieses wird in den Haushaltsplänen zum einen mit einem schwierigen Werbeumfeld und zum anderen mit den seit 2001 geltenden Besteuerungsregelungen erläutert. Aus Sicht des WDR stellt der *„pauschale Gewinn von 16% im Vergleich zur Wirtschaft insgesamt, insbesondere aber zur Medienwirtschaft, eine außergewöhnlich hohe besteuerte Umsatzrendite dar“* (Haushaltsplan 2007, 24).

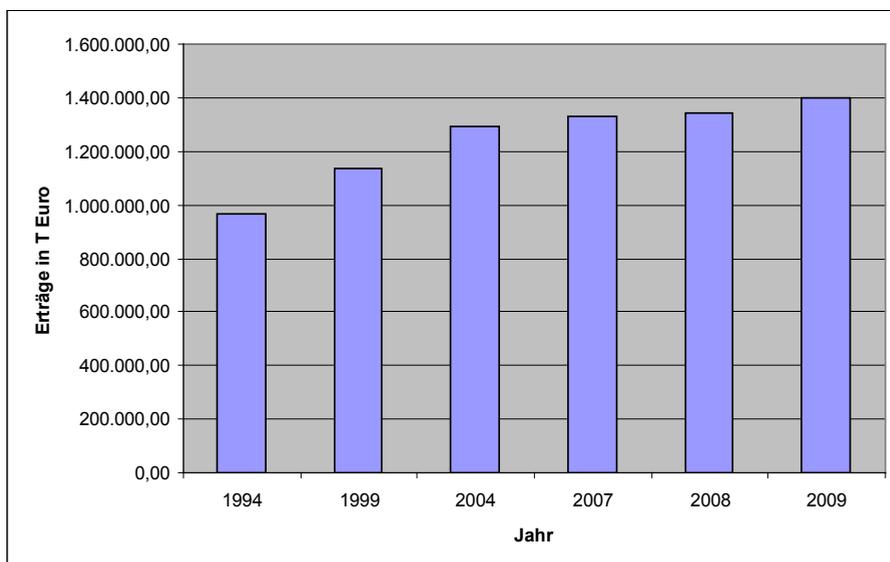
38 Befreiungen von Rundfunkgebühren für Studierende, Empfänger von Arbeitslosengeld II und anderen führen zu Mindererträgen beim WDR, die u.a. durch Minderaufwendungen aufgefangen werden müssen.

DIAGRAMM 2: Prozentuale Zusammensetzung der Erträge des WDR in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung nach den Haushaltsplänen der Jahre 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

DIAGRAMM 3: Soll-Erträge des WDR in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung nach den Haushaltsplänen der Jahre 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

Diagramm 3 zeigt die Gesamtentwicklung der Soll-Erträge des WDR in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009. Die bereits dargestellten Erhöhungen der Rundfunkgebühren spiegeln sich in den steigenden Erträgen seit 1994 wider.

3.2 Aufwendungen des WDR für das Programm

Die Aufwendungen des WDR werden zu folgenden Positionen zusammengefasst:

- Direkter Programmaufwand Hörfunk (ab 2004 inkl. Gemeinschaftssendungen), hierbei handelt es sich um Aufwendungen, die direkt dem Programm zu zuordnen sind. Dazu gehören beispielsweise Honorare, Lizenzen, Aufwendungen für Auftragsproduktionen, Reisekosten;
- Direkter Programmaufwand Fernsehen (ab 2004 inkl. Gemeinschaftssendungen), siehe Hörfunk;
- Direkter Programmaufwand Internet³⁹, siehe Hörfunk. Der Programmaufwand Internet wird erstmals im Haushaltsplan 2009 eigenständig ausgewiesen, zuvor wurde er unter den sonstigen Sachaufwendungen rubriziert;
- Finanzierungsanteile an Gemeinschaftsaufgaben. Hierzu gehören zum einen die Finanzierungsanteile des WDR an Gemeinschaftssendungen, -einrichtungen und -aufgaben der ARD (z.B. GEZ, Hauptstadtstudio Berlin), die Zuwendungen des WDR zum Finanzausgleich, die WDR-Mittel für arte, die WDR-Mittel für Ki.Ka (Zentrale), die WDR-Mittel für Phoenix, die WDR-Mittel für ARD-Digital⁴⁰, GEMA und GVL. Bis zum Jahr 2003 wurden auch die Gemeinschaftssendungen hier erfasst;
- sonstige Sachaufwendungen, hier sind vor allem die Sachaufwendungen der Bereiche Fernseh-Produktion, Technik, Verwaltung und allgemeine Dienste zusammengefasst;
- Gebäudeaufwendungen zur Bewirtschaftung der WDR-eigenen oder angemieteten Gebäude;
- Steuern und andere Aufwendungen, zu den anderen Aufwendungen gehört u.a. der Finanzierungsanteil des WDR an der Filmstiftung NRW GmbH;

39 Aufgrund der organisatorischen Zuordnung zum Hörfunk wird der geplante Internetaufwand jetzt in einem eigenen Einzelplan dokumentiert, davor war die Internetredaktion der Intendanz unmittelbar zugeordnet.

40 Die WDR-Aufwendungen für Kika, Phoenix und ARD-Digital sowie 3sat und arte fallen selbstverständlich erst seit Etablierung dieser Angebote an.

- kalkulatorische Aufwendungen. Zu den kalkulatorischen Aufwendungen gehören die Zuführungen zu den Altersversorgungsrückstellungen für Mitarbeiter des WDR und die Abschreibungen auf Sachvermögen;
- Arbeitsentgelte und soziale Aufwendungen;
- Altersversorgung, Altersteilzeit und Vorruhestand, hierzu gehören Rentenzahlungen, Beihilfen und Unterstützungen an ehemalige WDR-Mitarbeiter.

In der nachfolgenden Tabelle sind die Anteile der Aufwandsbestandteile an den Gesamtaufwendungen aufgeführt.

TABELLE 1: Prozentuale Aufwendungen nach Aufwandsbestandteilen in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

	1994	1999	2004	2007	2008	2009
direkter Programmaufwand Hörfunk	5,8%	6,4%	6,4%	6,6%	6,5%	6,3%
direkter Programmaufwand Fernsehen	19,3%	20,8%	30,9%	29,1%	30,3%	29,3%
Direkter Programmaufwand Internet	0%	0%	0%	0%	0,0%	0,5%
Gemeinschaftsaufgaben	23,1%	22,2%	9,4%	10,0%	9,8%	9,7%
sonstige Sachaufwendungen	8,9%	9,8%	10,8%	11,0%	10,9%	10,7%
Gebäudeaufwendungen	0%	0%	4,9%	5,6%	5,4%	5,4%
Steuern, andere Aufwendungen	0,6%	2,1%	2,7%	3,0%	2,3%	2,3%
Verstärkungsmittel	0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%
Kalk. Aufwendungen	11,4%	9,7%	7,7%	6,2%	7,3%	8,5%
Arbeitsentgelte, soz. Aufwendungen	25,8%	24,2%	22,3%	23,3%	22,3%	22,1%
Altersversorgung, Vorruhestand	5,1%	4,7%	4,8%	5,1%	5,0%	5,0%
Gesamt	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Eigene Zusammenstellung nach den Haushaltsplänen der Jahre 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

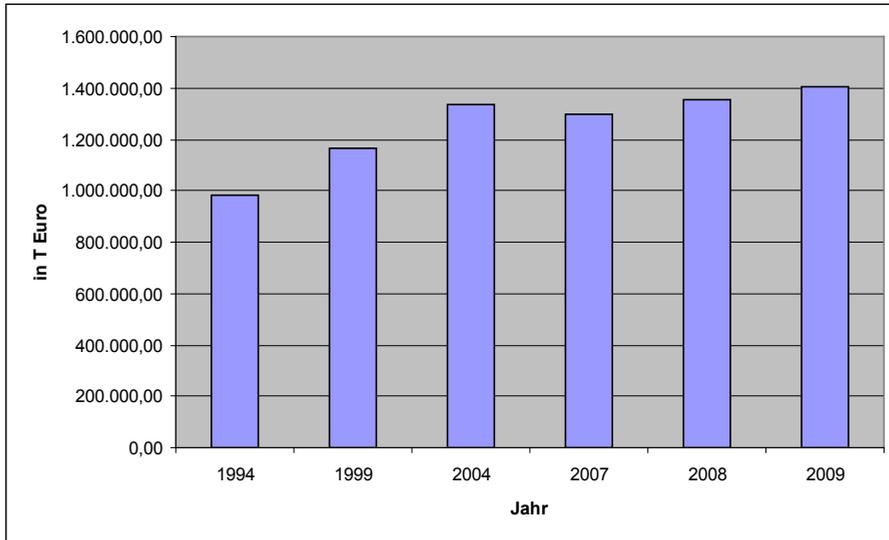
Der Anteil des Hörfunks an den Gesamtaufwendungen ist über den betrachteten Zeitraum von 15 Jahren relativ konstant geblieben. Für das Fernsehen ist im Jahr 2004 ein deutlicher Anstieg der prozentualen Aufwendungen (in 1999 20,80%, in 2004 30,90%) festzustellen, der auf eine veränderte Systematik in der Darstellung der Aufwendungen für Gemeinschaftssendungen, deren Federführung bei anderen Rundfunkanstalten liegt, und der Aufwendungen für Sportrechte zurückzuführen ist. Bis zum Jahr 2003 waren diese Aufwendungen der Position Gemeinschaftsaufwendungen zugerechnet. Ab dem Jahr 2004 werden sie den Programmaufwendungen Hörfunk bzw. Fernsehen zugeordnet. Der WDR begründet die veränderte Systematik damit, dass sämtliche zuordnenbare Programmaufwendungen sich im Programmetat des Hörfunks oder des Fernsehens finden und damit eine größere Transparenz bezüglich der Programmaufwendungen besteht. Ebenso sollen so die Etatverantwortlichkeiten besser zugeordnet werden.

Ein weiterer Aspekt für diese Entscheidung war, dass andere ARD-Anstalten bereits diese Systematik angewandt hatten und durch die Anpassung des WDR die Daten vergleichbarer werden (Haushaltsplan 2004, 28). Entsprechend sind die prozentualen Aufwendungen für die Gemeinschaftsaufgaben gesunken (in 1999 22,2%, in 2004 9,4%). Da im Jahr 2004 mit der Fußballweltmeisterschaft und den Olympischen Sommerspielen sportliche Großereignisse stattfanden, ist in dem Jahr der Anteil der Aufwendungen für das Fernsehen höher als im nachfolgenden Jahr 2007. Im Jahr 2008 fanden ebenfalls Olympische Spiele und die Fußballweltmeisterschaft statt, so dass in dem Jahr wiederum höhere Aufwandsanteile als im Jahr 2007 festzustellen sind.

In Tabelle 1 werden für das Jahr 2004 erstmals Gebäudeaufwendungen ausgewiesen. Zuvor befanden sich die Aufwendungen für die Gebäudebewirtschaftung in den Budgets der einzelnen Direktionen. Nachdem die Gebäudemanagement GmbH ihren Betrieb im Jahr 1999 aufgenommen hatte, wurden ab dem Jahr 2000 in den Haushaltsplänen die Aufwendungen für die Gebäudebewirtschaftung separat ausgewiesen. Aufgrund der in dieser Studie gewählten Untersuchungsjahre taucht die Position erstmals 2004 auf. Der Anteil der Aufwendungen für Personal an den Gesamtaufwendungen ist in den letzten 15 Jahren gesunken. Dieses wurde durch verschiedene personalwirtschaftliche Maßnahmen wie z.B. den Abbau von Planstellen, moderate Tarifabschlüsse u.a.m. erreicht.

Im Diagramm 4 sind die geplanten Aufwendungen des WDR für die Jahre 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 zusammengestellt. Dem Diagramm ist zu entnehmen, dass die Aufwendungen des Jahres 2007 unter denen des Jahres 2004 lagen.

DIAGRAMM 4: Soll-Aufwendungen des WDR in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung nach den Haushaltsplänen der Jahre 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

Für das Jahr 2004 waren besondere hohe Aufwendungen für folgende Großereignisse zu kalkulieren: die Fußballeuropameisterschaft in Portugal, die Olympischen Sommerspiele in Athen, die Wahlen zum Europäischen Parlament und die Kommunalwahl in NRW. Weiter wurden Zusatzmittel für die Entwicklung neuer Programmformate zur Verfügung gestellt (Haushaltsplan 2004, 29). Darüber hinaus waren im Haushaltsjahr 2004 Rückstellungen für Bausanierungsmaßnahmen vorzunehmen (Haushaltsplan 2004, 30).

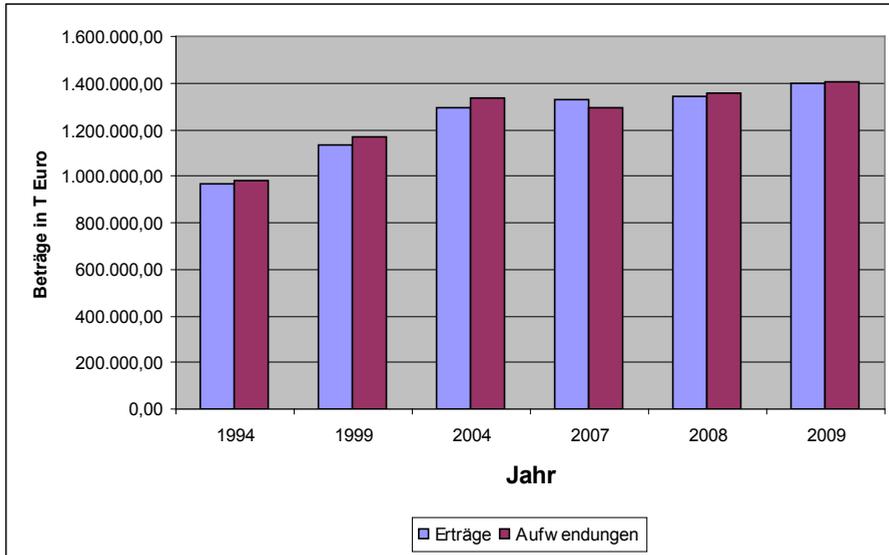
Das Jahr 2008 war wiederum ein Jahr mit sportlichen Großereignissen wie der Fußballeuropameisterschaft in der Schweiz und Österreich sowie den Olympischen Sommerspielen in Peking. Wie im Jahr 2004 waren also auch für das Jahr 2008 höhere Aufwendungen zu kalkulieren. Mit Blick auf den Sport wurde erstmals eine Fachredaktion Doping eingerichtet. Weiter galt es, Zusatzmittel für die Entwicklung eines Nachfolgeformats der Fernsehsendung „Hart aber fair“ für das WDR Fernsehen bereitzustellen, nachdem „Hart aber fair“ in Das Erste wechselte.

Überdies wurden Mittel für eine Projektgruppe „Programmverjüngung“ bereit gestellt. Die Zusatzaufwendungen werden laut Haushaltsplan aus einer Sonderrücklage des Jahresabschlusses 2006 finanziert (Haushaltsplan 2008, 32). Für das Jahr 2008 mussten weiter höhere Aufwendungen für die Verbreitungskosten kalkuliert werden. Laut Haushaltsplan galt dieses besonders für die Streamingkosten für das Internetangebot (Haushaltsplan 2008, 33).

Für das Jahr 2009 galt es folgende besondere Ereignisse, die Mehraufwendungen nach sich ziehen, zu berücksichtigen: die Bundestags-, die Europawahl und die Kommunalwahl in NRW. Weiter ist der WDR davon ausgegangen, dass er als Sender in NRW Vorlaufkosten für die Berichterstattung zur Kulturhauptstadt Europas Ruhr 2010 hat. Die Fachredaktion Doping und die Projektgruppe Programmverjüngung wurden wie im Haushaltsplan 2008 auch in 2009 berücksichtigt (Haushaltsplan 2009, 32). Mehraufwendungen galt es ebenso für Gebäudeaufwendungen zu berücksichtigen. Der WDR hat seine Gebäude Carlton und Budengasse verkauft, so dass in einer Übergangsphase Doppelkosten anfallen, da die neuen Gebäude für die spezifische Nutzung durch den WDR erst noch entsprechend hergerichtet werden mussten und in diesem Zeitraum die alten noch genutzt wurden (Haushaltsplan 2009, 34).

Werden die Soll-Erträge und Soll-Aufwendungen miteinander verglichen, so ist, wie in Diagramm 5 veranschaulicht, festzustellen, dass in den in dieser Studie zugrunde gelegten Jahren bis auf das Jahr 2007 die Aufwendungen höher sind als die Erträge. In den Jahren 2008 und 2009 nähern sich Aufwendungen und Erträge an. Werden die Ist-Daten betrachtet, wird deutlich, dass in den aufgeführten Jahren 1994, 1999, 2004 und 2007 mit Ausnahme des Jahres 2008 die Erträge höher als die Aufwendungen sind. Gemäß der WDR Finanzordnung werden Fehlbeträge bzw. Überschüsse im Betriebshaushalt in den Finanzplan übertragen. Der Ausgleich der Aufwendungen und Erträge erfolgt gemäß der WDR Finanzordnung dadurch, dass der Fehlbetrag bzw. Überschuss dem Eigenkapital entnommen bzw. zugeführt wird. Der WDR ist in den betrachteten Jahren also nicht in eine „Schiefelage“ gekommen, sondern konnte die ihm zur Verfügung stehenden Möglichkeiten des internen Finanzausgleichs nutzen, um ein ausgeglichenes Haushaltsergebnis zu erzielen.

DIAGRAMM 5: Vergleich der Soll-Erträge und der Soll-Aufwendungen in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



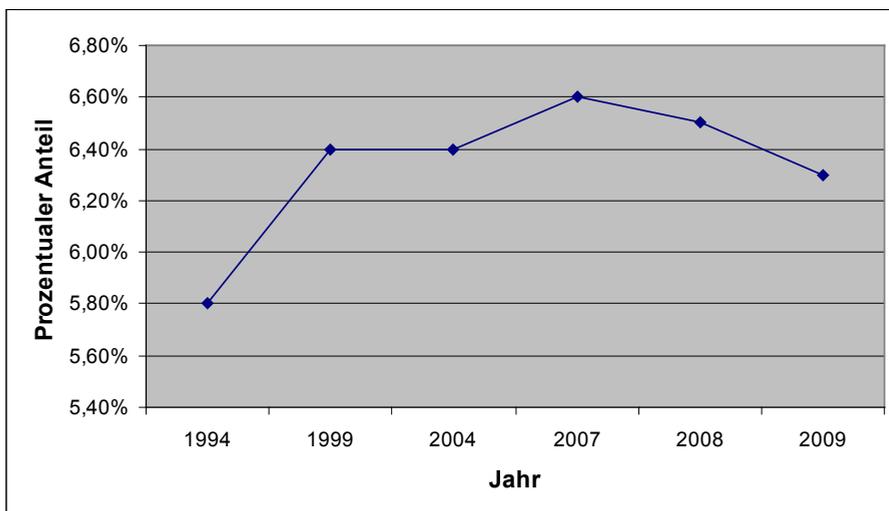
Eigene Darstellung nach den Haushaltsplänen 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

3.2.1 Aufwendungen für den Hörfunk

In Diagramm 6 ist die Entwicklung des prozentualen Anteils der direkten Aufwendungen für den Hörfunk abgebildet. Es ist zu erkennen, dass ein deutlicher Sprung von 1994 bis zum Jahr 1999 erfolgte. Dieser Sprung ist auf folgende einschneidende Maßnahmen zurückzuführen: Das Programm WDR 5 war bis zum Jahr 1994 weitgehend ein Wiederholungsprogramm, es wurde dann zu einem Vollprogramm mit dem Schwerpunkt Wort ausgebaut. Danach wurde WDR 1 zu 1LIVE umgebaut. Damit ging einher, dass die zuvor bestehenden Programmbereiche Politik, Musik und Kultur in die Programmbereiche bzw. Wellen WDR 2, WDR 5 usw. überführt wurden. Zusätzlich wurde im Jahr 1999 Funkhaus Europa zu einem eigenen Programm, das organisatorisch allerdings WDR 5 zugeordnet blieb. Mit diesen Maßnahmen waren deutliche Steigerungen des Programmhaushalts im Wesentlichen von WDR 5, Funkhaus Europa und 1LIVE verbunden.

Zwischen den Jahren 2004 und 2007 fand ebenfalls ein prozentualer Anstieg der direkten Aufwendungen für den Hörfunk statt, seither sinkt der prozentuale An-

DIAGRAMM 6: Prozentualer Anteil der direkten Aufwendungen Hörfunk an den Gesamtaufwendungen des WDR in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung nach den Haushaltsplänen 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

teil der Hörfunkaufwendungen an den Gesamtaufwendungen wieder. Bei diesen Schwankungen handelt es sich aber um „normale“ Schwankungen im Programmbudget. Die Soll-Aufwendungen für den Hörfunk sind in den Jahren 1994 bis 2009 in absoluten Zahlen um insgesamt 32.414,12 T Euro gestiegen und zwar von 56.367,88 T Euro im Jahr 1994 auf 88.782,0 T Euro im Jahr 2009. Einen Aufwuchs haben dabei vor allem die unmittelbaren Programmaufwendungen erfahren. Sie sind in den Jahren 1994 bis 2009 um 20.397,13 T Euro gestiegen, das entspricht 62,93% des Gesamtanstiegs.

Unter den unmittelbaren Programmaufwand fällt „der Aufwand, der unmittelbar durch die Herstellung oder die Beschaffung einzelner Sendungen oder Sendereihen entsteht. Es sind dies z.B. Urheber- und Leistungsschutzvergütungen für Autoren und Mitwirkende, Vergütungen für Auftrags- und Koproduktionen, Kosten für Co-Produktionen (Brutto-Aufwendungen bei Federführung des WDR, anteilige Aufwendungen bei Federführung anderer Anstalten und Dritter), Mieten für Produktionsgeräte, Leitungs- und Reisekosten“ (Haushaltsplan 2009, 60). Die unmittelbaren Programmaufwendun-

gen haben im Durchschnitt einen Anteil von 72,6% an den Gesamtaufwendungen des Hörfunks⁴¹.

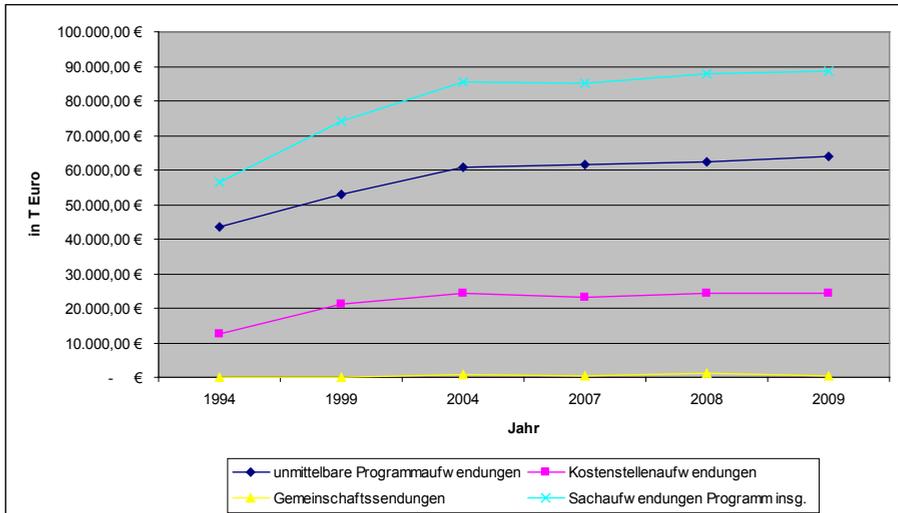
Im allgemeinen Programmaufwand werden also Aufwendungen zusammengefasst, die unmittelbare kulturwirtschaftliche Wirkungen haben, sei es als direkte Vergütungen an Künstler oder als Aufträge an kulturwirtschaftliche Unternehmen. Die Kostenstellenaufwendungen sind um 11.521,99 T Euro gestiegen, das sind 35,55%. Unter den Kostenstellenaufwendungen wird der Aufwand zusammengefasst, der nicht einzelnen Produktionen oder Sendungen zugeordnet werden kann. *„Es sind dies z.B. die Aufwendungen für die Erforschung des Publikumsverhaltens, für Werbeaktionen, für Programmabgaben im Rahmen des Programmaustauschs, für Informationsdienste einschließlich Zeitungen und Zeitschriften, für Telekommunikationsdienste (insbesondere für Telefon), für die Künstlersozialversicherung sowie für weitere soziale Leistungen für freie Mitarbeiter/innen.“* (Haushaltsplan 2009, 60).

Weitere Aufwendungen sind: redaktionelle Sachaufwendungen für Studios und Korrespondentenplätze, Anteilskosten des WDR für gemeinsame Korrespondentenplätze mit dem NDR, Ersatzkräfte für die Orchester und den Chor, Unterhalt der Musikinstrumente, Online-Angebote des Hörfunks und die DAB-Projekte (Digital-Radio). Auch in den allgemeinen Kostenstellenaufwendungen sind also eine Reihe von Positionen enthalten, die direkte kulturwirtschaftliche Wirkung haben. Seit dem Jahr 2004 werden die Finanzierungsanteile des WDR an den Hörfunkgemeinschaftssendungen gesondert ausgewiesen.

Das nachfolgende Diagramm 7 veranschaulicht die Entwicklung der Sachaufwendungen für den WDR-Hörfunk in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009.

41 Im Jahr 1994 betrug der Anteil der direkten Programmaufwendungen 77,5%, in 1999 71,6%, in 2004 70,9%, in 2007 72,2%, in 2008 71,2% und in 2009 72,2%.

DIAGRAMM 7: Sachaufwendungen Hörfunk in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung nach Haushaltsplänen 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

Bemerkenswert ist der starke Anstieg der Sachaufwendungen in den Jahren 1994 bis 2004. In diesen zehn Jahren stiegen die Sachaufwendungen Hörfunk insgesamt um 29.191,12 T Euro. Die Kostenstellenaufwendungen haben sich in diesen zehn Jahren nahezu verdoppelt und die unmittelbaren Programmaufwendungen stiegen um fast ein Drittel an. Dieses ist unmittelbar auf die bereits angeführte Veränderung von WDR 1 zu 1 LIVE, die Veränderung von WDR 5 und den Ausbau von Funkhaus Europa zurückzuführen.

Wie im Weiteren noch gezeigt wird, sind in den Jahren bis 2004 auch die Urheber- und Leistungsschutzvergütungen gestiegen, der Anstieg der unmittelbaren Programmaufwendungen kam also mit Blick auf diesen Aufwand direkt in der Kulturwirtschaft an. In den nachfolgenden fünf Jahren von 2004 bis 2009 stiegen die Aufwendungen insgesamt nur noch um 3.223,00 T Euro. Die Kostenstellenaufwendungen sind unter den Wert des Jahres 2004 gesunken. Die geringfügigen Aufwüchse bei den unmittelbaren Programmaufwendungen werden also bei den allgemeinen Kostenstellenaufwendungen erwirtschaftet.

Aufwand Hörfunkwellen

In den 90er Jahren fand eine umfassende Programmreform im Hörfunk statt⁴². Es wurden fünf Hörfunkprogramme konzipiert, die sich an jeweils eigene Zielgruppen richten und ein eigenständiges Profil haben. Der WDR setzte damit Ergebnisse aus der Medienforschung zu veränderten Nutzergewohnheiten in seiner Programmpolitik um. Eine wesentliche in der Medienforschung festgestellte Veränderung war, dass der Hörfunk mehr und mehr zum Tagesbegleitmedium wird. Darin spiegelt sich die Veränderung der Mediennutzung von öffentlich-rechtlichem Fernsehen und Hörfunk aber auch das Angebot der privaten Konkurrenz, das auf Unterhaltung setzte, wider. Auch hatte sich als nachteilig erwiesen, dass Angebote für eine Zielgruppe sich in verschiedenen Programmen wiederfanden. Darüber hinaus gab es für jüngere popkulturell orientierte Menschen nur wenig Angebote.

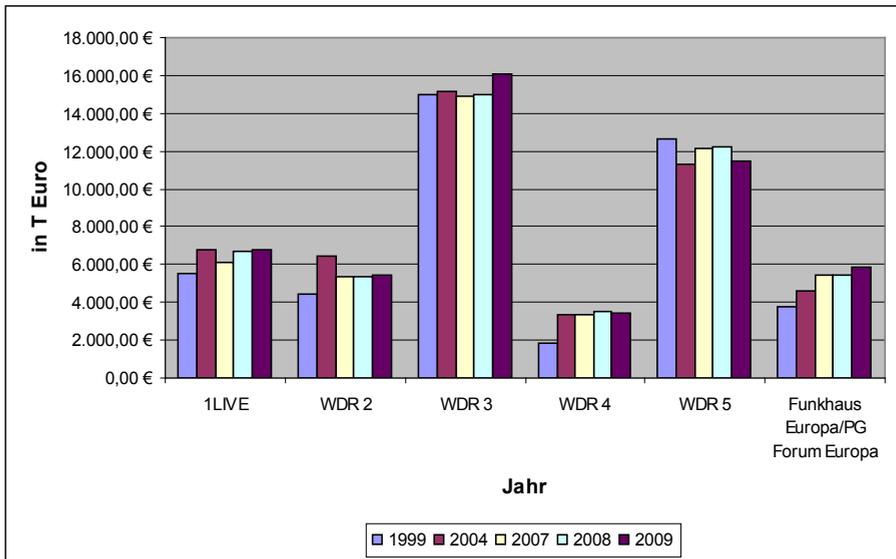
Aus der Programmreform sind die bereits erwähnten fünf Hörfunkprogramme 1LIVE, WDR 2, WDR 3, WDR 4 und WDR 5 hervorgegangen, die im Laufe der Jahre weiterentwickelt wurden. Mit 1LIVE hat der WDR ein Hörfunkprogramm etabliert, das sich bereits im Namen von den anderen Wellen unterscheidet. Der öffentlich-rechtliche Sender WDR taucht hier gar nicht mehr auf. 1LIVE ist inzwischen zu einer eigenständigen Marke innerhalb der WDR-Hörfunkfamilie geworden. In den Jahren 2004, 2007, 2008 und 2009 wird das Funkhaus Europa, das zuvor als Forum Europa eine Programmgruppe bei WDR 5 war, eigenständig geführt.

Das „preiswerteste“ Radioprogramm des WDR ist WDR 4. Hier fand zwar vom Jahr 1999 zum Jahr 2004 nahezu eine Verdopplung der Aufwendungen (von 1.832,5 T Euro auf 3.312,5 T Euro) statt, seither sind die Aufwendungen aber relativ stabil bei rd. 3.400 T Euro.

Kontinuierlich gestiegen sind die Aufwendungen für das Funkhaus Europa. Funkhaus Europa ist europäisch und international ausgerichtet. Das Programm ist aber mehr als ein Nischenprogramm für Menschen mit Migrationshintergrund. Es informiert über das Leben in anderen europäischen Ländern und von Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland, es präsentiert Musik und Kunst aus anderen Ländern, es bietet Nachrichten aus aller Welt. Ein Teil des Programms wird in englischer, französischer, italienischer, türkischer, serbischer, kroatischer, bosnischer, russischer, polnischer, spanischer und griechischer Sprache ausgestrahlt. Der WDR kommt mit diesem Programm der Anforderung im WDR-Gesetz nach, dass den Belangen der im Sendegebiet lebenden Menschen mit Migrationshintergrund

42 Die Programmreform wurde bei der Erläuterung der Steigerungen in den Aufwendungen in den Jahren 1994 bis 1999 bereits angerissen.

DIAGRAMM 8: Sachaufwendungen der Hörfunkwellen in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung nach den Haushaltsplänen 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

Rechnung getragen werden soll. Funkhaus Europa ist ein Beispiel dafür, wie kulturelle Vielfalt innerhalb des Hörfunkprogramms verwirklicht werden kann. Partnersender von Funkhaus Europa ist Radio Bremen. Die Steigerung des Budgets für Funkhaus Europa von 3.764,0 T Euro im Jahr 1999 als Programmgruppe Forum Europa auf 5.839,00 T Euro im Jahr 2009 ist angesichts der Integrationsleistung, die ein solches Programm leisten kann und die allenthalben eingefordert wird, eine sinnvolle Investition in die Zukunft.

Zu den „teuersten“ Wellen des Westdeutschen Rundfunks gehören WDR 3 und WDR 5. Teuer in zweierlei Sinne, zum einen entstehen hier die höchsten Aufwendungen, zum anderen stehen diese beiden Wellen für ein anspruchsvolles Kulturprogramm einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt und repräsentieren sinnbildlich die Besonderheit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. WDR 3 versteht sich als Kulturradio des WDR. Sein Profil umfasst die sogenannte Ernste Musik, Jazz, Hörspiele, Features usw. WDR 3 ist Kulturpartner verschiedener Kultureinrichtungen in NRW. – Hierzu mehr unter dem Gesichtspunkt Veranstaltungen. – WDR 5 hat ein ausgeprägtes Wortprofil. Auch findet hier das Kin-

TABELLE 2: Aufwendungen WDR 3 nach Programmgruppen in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

	1999*	2004	2007	2008	2009
Welle WDR 3 Leitung	697,40 T€	1.471,0 T€	1.448,0 T€	1.452,0 T€	558,0 T€
Programmgruppe Wort	6.600,01 T€	6.426,0 T€	6.324,0 T€	6.332,5 T€	8.439,5 T€**
Programmgruppe Musik	7.710,79 T€	7.284,0 T€	7.145,5 T€	7.191,0 T€	7.115,0 T€
Summe Welle WDR 3	15.008,21 T€	15.181,0 T€	14.917,5 T€	14.975,5 T€	16.112,5 T€

* Hier wurden die Programmgruppe Journalistisches Wort und Künstlerisches Wort zu Wort zusammengefasst.

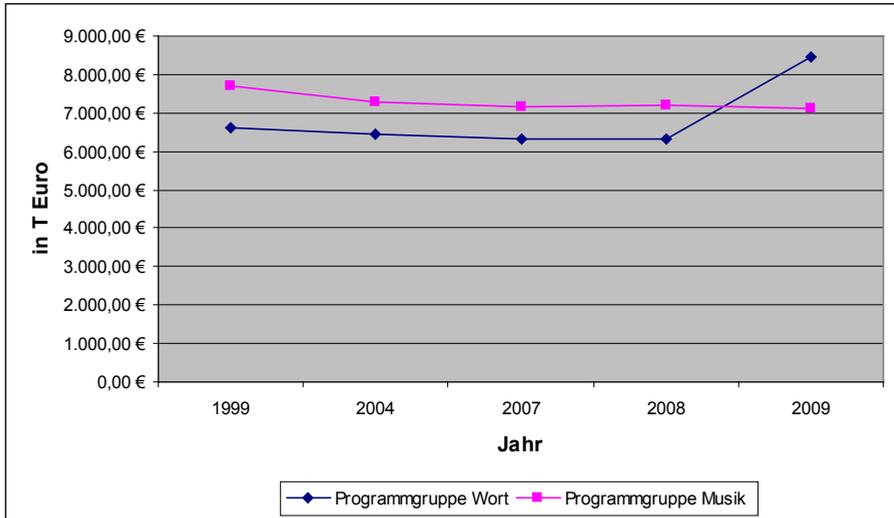
** Hier wurden die Programmgruppe Hörspiele und Feature (5.551,5 T Euro) und Aktuelle Kultur (2.888,0 T Euro) zusammengefasst

Eigene Zusammenstellung nach den Haushaltsplänen 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

derprogramm seinen Ort. Zwischen WDR 3 und WDR 5 gibt es eine Vielzahl von wechselseitigen Zulieferungen. So werden Hörspiele, die zuerst auf WDR 5 gesendet werden, in WDR 3 wiederholt. WDR 3 stellt seinerseits Musik für WDR 5 zur Verfügung. Die Aufwendungen für WDR 3 sind von 1999 bis 2008 nahezu gleich geblieben. Zum Jahr 2009 fand eine spürbare Steigerung des Etats von 14.975,50 T Euro auf 16.112,50 T Euro statt. Die Aufwendungen für WDR 5 sind demgegenüber merklich gesunken. Hier wurden im Jahr 1999 12.668,5 T Euro veranschlagt, im Jahr 2009 sind es 11.475,00 T Euro. Die Aufwendungen befinden sich in etwa auf dem Niveau des Jahres 2004 (11.318,00 T Euro). Ein Grund für die Veränderungen bei WDR 3 und WDR 5 ist die neue Zuordnung der Programmgruppe Aktuelle Kultur zu WDR 3, sie war zuvor als Redaktionsgruppe Aktuelle Kultur bei WDR 5 angesiedelt. Dieser Austausch hat Auswirkungen auf angrenzende Redaktionsgruppen nach sich gezogen. An diesem Wechsel zeigt sich die enge Verbindung und Austauschbeziehung zwischen WDR 3 und WDR 5 besonders prägnant.

Wird nach dem Profil von WDR 3 gefragt, assoziieren die meisten ein Programm mit einem ausgeprägten Schwerpunkt im Bereich der sogenannten Ersten Musik. Werden aber die Aufwendungen in dieser Welle betrachtet, relativiert sich dieses Bild. Der Abstand zwischen den Aufwendungen der Programmgruppe Wort und der Programmgruppe Musik sind weitaus geringer als zunächst zu vermuten ist. Es werden in den Jahren 1999, 2004, 2007 und 2008 im Durchschnitt 912,20 T Euro mehr in der Programmgruppe Musik als in der Programmgruppe Wort in

DIAGRAMM 9: Aufwendungen der Programmgruppe Wort und der Programmgruppe Musik von WDR 3 in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung nach den Haushaltsplänen 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

WDR 3 aufgewandt⁴³. Im Jahr 2009 mit der Neuordnung der Redaktionsgruppe Aktuelle Kultur WDR 5 zur neuen Programmgruppe Aktuelle Kultur WDR 3 verkehrt sich das Verhältnis der Aufwendungen der Programmgruppen Wort und Musik bei WDR 3. Nun werden deutlich mehr Aufwendungen für Wort als für Musik erforderlich. In Tabelle 2 sind die Aufwendungen WDR 3 nach Programmgruppen in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 aufgeführt.

Diagramm 9 veranschaulicht noch einmal die Entwicklung in den Programmgruppen Wort und Musik bei WDR 3. Die Aufwendungen in der Programmgruppe Musik sinken langsam aber stetig. Diese sinkenden Aufwendungen bedeuten einen Rückgang in der Musikproduktion von WDR 3. Die Aufwendungen der Programmgruppe Wort steigen aufgrund der geschilderten Veränderung deutlich an.

Aber auch bei WDR 5 gab es in den vergangenen zehn Jahren eine Reihe von Veränderungen. Schwankungen unterlagen die Aufwendungen der Programm

43 Im Jahr 1999 sind es 1.110,78 T Euro mehr an Aufwendungen für die Programm Musik als für die Programmgruppe Wort, im Jahr 2004 858 T Euro, im Jahr 2007 821,5 T Euro und im Jahr 2008 858,5 T Euro.

TABELLE 3: Aufwendungen der Programm- und Redaktionsgruppen von WDR 5 in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

	1999	2004	2007	2008	2009
Welle WDR 5	1.430,08 T€	1.213,0 T€	1.745,0 T€	1.772,0 T€	1.792,0 T€
Programmgruppe Zeitgeschehen	1.383,30 T€	1.047,5 T€	968,0 T€	987,5 T€	1.082,0 T€
Redaktionsgruppe Gesellschaft aktuell*	2.706,27 T€	2.705,5 T€	2.633,0 T€	2.803,5 T€	3.262,0 T€
Redaktionsgruppe Aktuelle Kultur	1.288,46 T€	1.155,5 T€	1.281,5 T€	1.301,0 T€	0,0 T€
Programmgruppe Unterhaltung	1.472,01 T€	1.676,0 T€	1.677,0 T€	1.703,0 T€	1.673,0 T€
Redaktionsgruppe Wissenschaft, Umwelt, Technik	690,24 T€	1.456,5 T€	1.468,5 T€	1.319,0 T€	1.274,0 T€
Redaktionsgruppe Kinderprogramme**	1.773,67 T€	2.064,0 T€	2.325,0 T€	2.357,0 T€	2.392,0 T€
Summe Welle WDR 5	12.668,53 T€	11.318,0 T€	12.098,0 T€	12.234,0 T€	11.475,0 T€

* Die in den Jahren 1999 und 2004 eigens geführte Redaktionsgruppe Religion, Kirche und Theologie wurde der Redaktionsgruppe Gesellschaft aktuell auch in den Jahren zugeordnet, um sie der Systematik der Jahre 2007, 2008 und 2009 anzupassen.

** Bis zum Jahr 2004 Redaktionsgruppe Kinder und Jugend, ab 2007 Redaktionsgruppe Kinderprogramme

Eigene Darstellung nach den Haushaltsplänen 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

gruppe Zeitgeschehen. Hier wurden im Jahr 1999 1.383,30 T Euro veranschlagt, im Jahr 2007 waren es noch 968,0 T Euro, im Jahr 2009 sind es wiederum 1.082,0 Euro. Diese Veränderungen hängen mit Verlagerungen von Einzelredaktionen innerhalb der Redaktionsgruppe zusammen. So ist unter anderem der erneute Anstieg der Aufwendungen im Jahr 2009 auf die bereits geschilderte Verlagerung der

Redaktionsgruppe Aktuelle Kultur von WDR 5 zu WDR 3 zurückzuführen. Dadurch waren auch Veränderungen in der Programmgruppe Zeitgeschehen erforderlich. Deutlich gestiegen sind demgegenüber die Ausgaben der Redaktionsgruppe Gesellschaft aktuell von 2.143,85 T Euro im Jahr 1999 auf 3.262,0 T Euro im Jahr 2008. Das ist ein Plus von 1.118,15 T Euro. Ein Grund für den Mehraufwand ist die veränderte Zuordnung der Redaktionsgruppe Religion, Theologie und Kirche. Sie wurde in den Haushaltsplänen der Jahre 1999 und 2004 gesondert ausgewiesen. In den Jahren 2007, 2008 und 2009 ist sie in den Aufwendungen der Redaktionsgruppe Gesellschaft aktuell enthalten. Eine Wellenbewegung kann bei den Aufwendungen der Redaktionsgruppe Wissenschaft, Umwelt, Technik beobachtet werden. Sie startete im Jahr 1999 mit einem Budget von 690,24 T Euro und konnte sich auf 1.456,5 T Euro im Jahr 2004 steigern, dieser Betrag konnte in 2007 mit 1.468,5 T Euro gehalten werden. Seither werden geringere Aufwendungen veranschlagt (2008: 1.319,0 T Euro, 2009: 1.274,0 T Euro). Die Redaktionsgruppe Unterhaltung konnte ihr Budget in etwa halten. Investiert wird in das Kinderprogramm. Die Redaktionsgruppe Kinder und Jugend hatte im Jahr 1999 1.773,67 T Euro zur Verfügung. Zehn Jahre später im Jahr 2009 sind es 2.392,0 T Euro. Hier investiert der WDR in die Hörer von morgen und ist zugleich ein wichtiger Auftraggeber für Autoren z.B. von Hörspielen für Kinder.

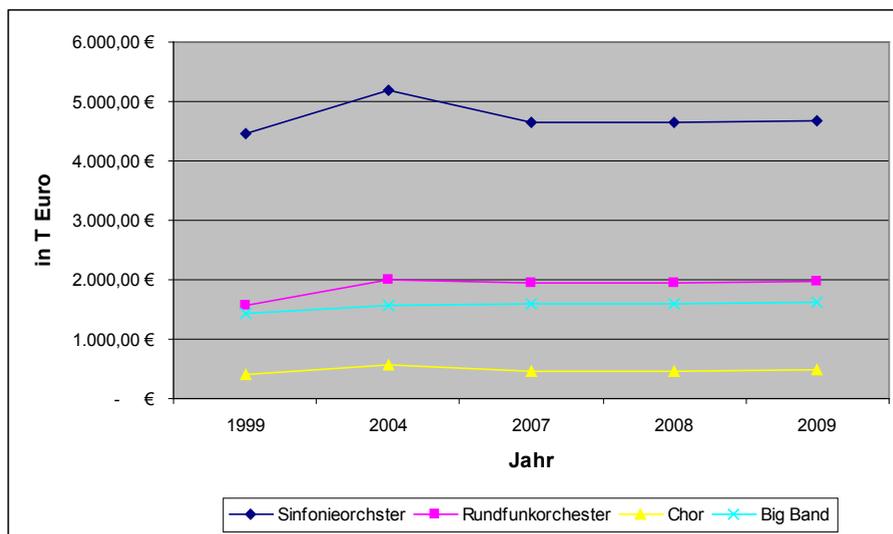
Aufwand Klangkörper

Wie im Kapitel „Kultur im Radio“ noch gezeigt wird, spielen die Klangkörper des WDR eine herausragende Rolle. Sie sorgen nicht nur für sendefähiges Material, sie sind auch ein erstklassiger Botschafter des WDR. Und das auch über NRW hinaus. Der WDR unterhält vier Klangkörper:

- ♦ das WDR Sinfonieorchester Köln,
- ♦ das WDR Rundfunkorchester Köln,
- ♦ den WDR Rundfunkchor Köln und
- ♦ die WDR Big Band.

Alle vier Klangkörper genießen einen ausgezeichneten Ruf. Unterstützt werden die WDR-Klangkörper durch das Veranstaltungsmanagement sowie die Hauptabteilung Orchester und Chor (früher Leitung Programmbereich Musik). Die Aufwendungen für die Klangkörper einschließlich der Aufwendungen für die Hauptabteilung Orchester und Chor und dem Veranstaltungsmanagement stiegen in den zehn Jahren von 1999 bis 2009 um 1.055,16 T Euro an. Im Rundfunkorchester sind mit 411,47 T Euro nominell die höchsten Aufwüchse zu verzeichnen, gefolgt vom Sinfonieorchester mit 204,89 T Euro, der Big Band mit 181,87 T Euro und schließlich dem Chor mit 50,19 T Euro.

DIAGRAMM 10: Aufwendungen für die WDR Klangkörper in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung nach Haushaltsplänen 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

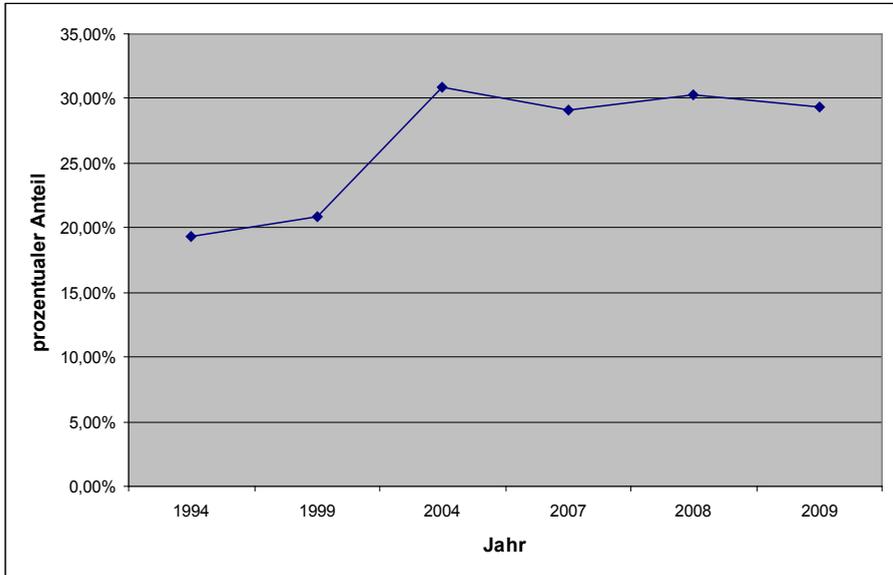
Diagramm 10 veranschaulicht die Entwicklung der Aufwendungen für die Klangkörper für die Jahre 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009.

Neben der kulturwirtschaftlichen Bedeutung der Klangkörper des WDR beispielsweise für die Veranstaltungswirtschaft sei an dieser Stelle bereits auf ihre Bedeutung für das kulturelle Leben in NRW hingewiesen. Sie bieten auch in den Orten Konzerte, die keine eigenen Klangkörper vorhalten können. Sie leisten damit einen wesentlichen Beitrag zur Musikkultur in NRW.

3.2.2 Aufwendungen für das Fernsehen

In Diagramm 11 ist die Entwicklung des prozentualen Anteils der direkten Aufwendungen für das Fernsehen an den Gesamtaufwendungen abgebildet. In diesem Diagramm wird deutlich, dass die ab 2004 geltende Systematik, nach der die Aufwendungen für das Gemeinschaftsprogramm dem Fernsehen zugeordnet werden, für mehr Transparenz sorgt. Es wird damit klarer, wie sich der Anteil der direkten Aufwendungen für das Fernsehen an den Gesamtaufwendungen entwickelt. Für die Jahre 2004, 2007, 2008 und 2009 zeigt sich, dass der Anteil der direkten Auf-

DIAGRAMM 11: Prozentualer Anteil der direkten Aufwendungen Fernsehen an den Gesamtaufwendungen in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung nach den Haushaltsplänen 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

wendungen Fernsehen an den Gesamtaufwendungen relativ stabil ist. Die höheren Aufwendungen in den Jahren 2004 und 2008 hängen neben der veränderten Systematik im Jahr 2004 mit den Sportgroßereignissen wie Fußballeruropameisterschaft und Olympische Sommerspiele zusammen.

Auch beim Fernsehen werden die Sachaufwendungen einzelnen Bereichen zugeordnet. Unter den unmittelbaren Programmaufwendungen des Fernsehens werden alle Aufwendungen zusammengefasst, die direkt durch die Herstellung oder den Ankauf von Fernsehproduktionen entstehen. Dieses sind Urheber- und Leistungsvergütungen, Vergütungen für Auftrags- und Koproduktionen, Materialverbräuche (z.B. Bild- und Tonmaterial, Ausstattungsmaterial), Aufwendungen für Koproduktionen (Brutto-Aufwendungen bei der Federführung durch den WDR, anteilige Aufwendungen bei der Federführung anderer Anstalten und Dritter), Mieten für Produktionsstätten und produktionstechnische Geräte mit und ohne Personalleistungen, Leitungskosten zur Programherstellung, Synchronisationskosten sowie Reisekosten. Ein erheblicher Teil dieser Aufwendungen ist unmittel-

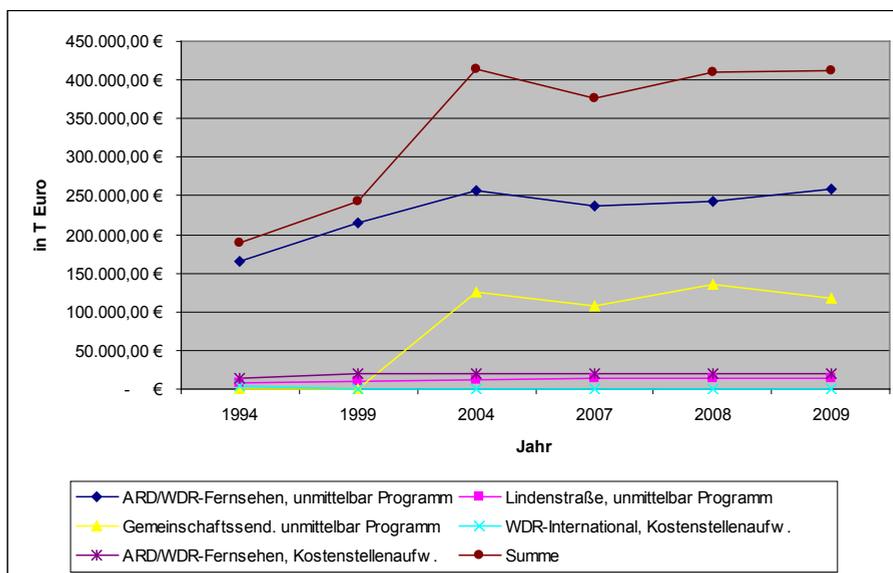
bar für die Kulturwirtschaft relevant. Die unmittelbaren Programmaufwendungen werden weiter differenziert in die Aufwendungen für ARD/WDR Fernsehen ohne „Lindenstraße“, die unmittelbaren Programmaufwendungen für die „Lindenstraße“ und die unmittelbaren Programmaufwendungen für die Gemeinschaftssendungen.

Weiter werden wie beim Hörfunk die Kostenstellenaufwendungen ausgewiesen. Hierunter fallen Aufwendungen, die nicht einzelnen Produktionen zugeordnet werden können wie z.B. die Zuschauerforschung Fernsehen, Herausgabe von Programminformationen, Telefon, Sachaufwendungen für die Studios und Korrespondentenplätze des WDR bzw. der gemeinsam mit dem NDR bzw. RBB betriebenen Studios.

Im nachstehenden Diagramm 12 ist die Entwicklung der Sachaufwendungen des Fernsehens in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 aufgezeigt. Die Aufwendungen für WDR international werden ab dem Jahr 1999 in der Kostenstelle Zentrale Aufgaben ausgewiesen und werden daher bei den Sachaufwendungen Fernsehen nicht mehr aufgeführt. Dem Diagramm ist zu entnehmen, dass der weitaus größte Teil der Sachaufwendungen zu den unmittelbaren Programmaufwendungen gehört. Im Durchschnitt der untersuchten Jahre sind 94,8% der Sachaufwendungen⁴⁴ für das Fernsehen unmittelbare Programmaufwendungen und nur 5,2% Kostenstellenaufwendungen. – Damit sind die unmittelbaren Programmaufwendungen, also jene die einzelnen Sendungen zuzuordnen sind, im Fernsehen spürbar höher als beim Hörfunk. – An den unmittelbaren Programmaufwendungen für das Gemeinschaftsprogramm zeigen sich für die Jahre 2004 und 2008 die bereits mehrfach erwähnten Spitzen aufgrund der Sportgroßereignisse. Der hohe Anteil an unmittelbaren Programmaufwendungen im Fernsehen spiegelt die große kulturwirtschaftliche Bedeutung des WDR. Ein großer Teil der Aufwendungen geht direkt an Unternehmen der Kulturwirtschaft bzw. an mit der Kulturwirtschaft verbundene Betriebe.

44 Im Jahr 1994 sind es 91,1%, im Jahr 1999 92,2%, im Jahr 2004 95,4%, im Jahr 2007 96,5%, im Jahr 2008 und im Jahr 2009 96,8%. Dabei wurden die allgemeinen Programmaufwendungen für ARD/WDR Fernsehen, Lindenstraße und Gemeinschaftssendungen zusammengerechnet.

DIAGRAMM 12: Sachaufwendungen Fernsehen in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung anhand der Haushaltspläne 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

Nominal sind im betrachteten Zeitraum von 1994 bis 2009 die Sachaufwendungen Fernsehen (unmittelbare Programmaufwendungen und Kostenstellenaufwendungen) um 221.505,27 T Euro angestiegen. Werden nur die unmittelbaren Programmaufwendungen betrachtet, beträgt der nominale Anstieg 217.619,40 T Euro. Dieser Anstieg fand jedoch ausschließlich in den ersten zehn Jahren des hier zur Diskussion stehenden Zeitraums, also zwischen 1994 und 2004, statt. Seit 2004 sinken die unmittelbaren Programmaufwendungen Fernsehen. – Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Jahr 2004 ein „Spitzenjahr“ aufgrund der Fußball-EM und der Olympischen Sommerspiele war. Welche Bedeutung u.a. sportliche Großereignisse auf die Programmaufwendungen Fernsehen haben, wird noch gezeigt. – Die Differenz zwischen 2009 und 2004 beträgt 3.603,00 T Euro. Diese sinkenden unmittelbaren Programmaufwendungen wirken sich ebenfalls direkt bei den kulturwirtschaftlichen Unternehmen aus. Hier besteht ein Unterschied zum Hörfunk, bei dem die unmittelbaren Programmaufwendungen zwar langsam, aber immerhin bis einschließlich 2009 steigen.

Im Fernsehen werden die nachfolgenden Programmgruppen und -bereiche unterschieden:

- zentral bewirtschaftete Bereiche, das sind die Fernsehprogrammleitung und die Hauptabteilung Zentrale Aufgaben bzw. neu die Hauptabteilung Programmmanagement Fernsehen,
- Programmbereich Politik und Zeitgeschehen,
- Programmbereich Fernsehfilm, Kino und Serie,
- Programmbereich Kultur und Wissenschaft,
- Programmbereich Landesprogramme,
- Programmbereich Unterhaltung, Familie und Kinder.

In Tabelle 4 ist der Anteil der oben genannten Programmbereiche bzw. -gruppen an den Gesamtaufwendungen des Fernsehens dargestellt. Werden die Durchschnittswerte mit dem Ausgangsjahr 1994 und dem Jahr 2009 verglichen, ist festzustellen, dass die Schwankungen eher gering oder aber spezifischen Vorhaben geschuldet sind. Im Einzelnen

- lagen die Aufwendungen für die zentral bewirtschafteten Bereiche im Jahr 1994 über dem Durchschnitt aller betrachteten 16 Jahre,
- waren die Aufwendungen für den Programmbereich Politik und Zeitgeschehen an den Gesamtaufwendungen im Jahr 1994 deutlich höher als im Jahr 2009 und höher als im Durchschnitt – dieser Programmbereich soll im Folgenden näher analysiert werden,
- hatten die anteiligen Aufwendungen des Programmbereiches Fernsehfilm, Kino und Serie sowohl im Jahr 1994 als auch im Jahr 2009 einen unterdurchschnittlichen Anteil an den Gesamtaufwendungen, die Aufwendungen für Fernsehfilm, Kino und Serien sind stark von spezifischen Vorhaben, dem Neustart von Serien und anderen jahresbezogenen Faktoren abhängig, es soll darum auch hier eine tiefere Analyse erfolgen,
- waren die anteiligen Aufwendungen des Programmbereiches Kultur und Wissenschaft im Jahr 1994 überdurchschnittlich und im Jahr 2009 genau im Durchschnitt aller Gesamtaufwendungen,
- lagen die anteiligen Aufwendungen für die Landesprogramme im Jahr 1994 unter dem Durchschnitt der Sachaufwendungen Fernsehen, da der WDR im Untersuchungszeitraum die Regionalisierung des WDR Fernsehens vorangetrieben hat, soll auch dieser Programmbereich näher untersucht werden,
- schwankten die anteiligen Aufwendungen für den Programmbereich Unterhaltung, Familie und Kinder in den Jahren 1994 und 2009 nur sehr gering.

TABELLE 4: Anteil der Aufwendungen der Programmbereiche bzw. -gruppen an den Sachaufwendungen Fernsehen

	1994	1999	2004	2007	2008	2009	Durchschnitt 1994–2009*
zentral bewirtschaftete Bereiche	19,84%	21,08%	16,64%	16,64%	16,90%	18,15%	18,06%
Politik und Zeitgeschehen	21,52%	12,16%	18,87%	17,26%	18,74%	17,91%	17,30%
Fernsehfilm, Kino und Serie	15,43%	22,17%	19,14%	17,76%	17,38%	16,91%	18,22%
Kultur und Wissenschaft	15,52%	14,69%	14,21%	14,99%	15,03%	14,99%	14,99%
Landesprogramme	10,64%	12,54%	14,40%	15,28%	14,62%	13,97%	13,74%
Unterhaltung, Familie, Kinder	17,05%	17,34%	16,75%	18,06%	17,34%	18,07%	17,69%

* Hierfür wurden von der Mittelbewirtschaftung Fernsehen die anteiligen Aufwendungen aller Jahre von 1994 bis 2009 zur Verfügung gestellt und bei der Errechnung des Durchschnittswertes zugrunde gelegt.

Eigene Darstellung nach Daten der Programmwirtschaft Fernsehen des WDR

Mit Blick auf den relativ hohen Anteil an Aufwendungen für zentral bewirtschaftete Bereiche (im Durchschnitt 18,06%) ist festzuhalten, dass zunächst Koproduktionen und Filmförderprojekte (zusammen rd. 16 Mio. Euro) veranschlagt werden. Bei beiden werden die Mittel im Haushaltsvollzug in die betreffenden Bereiche (insbesondere in die Bereiche Kultur, Fernsehfilm und Kinderprogramm) verlagert. Er handelt sich also originär um Programmmittel. Außerdem sind hier die Mittel für die Sommer- und Weihnachtssonderprogrammstrecken bei der Abteilung Programmplanung ausgewiesen. Auch diese Mittel werden im Haushaltsvollzug in die redaktionell verantwortlichen Bereiche verlagert. Schließlich sind hier Sondermittel der Direktion (Programmreserve, Sondermittel Triennale u.a.) eingestellt, die ebenfalls bedarfsgerecht umgesetzt werden.

Programmbereich Politik und Zeitgeschehen

Im Programmbereich Politik und Zeitgeschehen sind als Programmgruppen zusammengefasst:

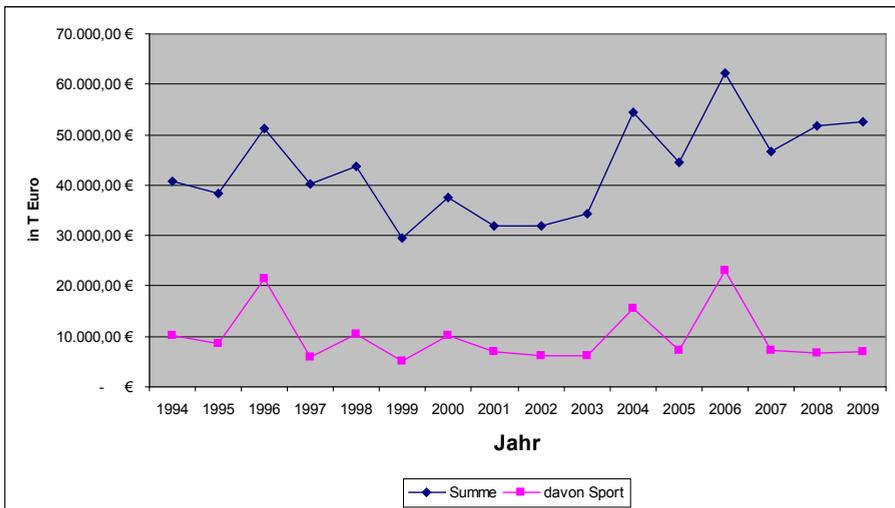
- Programmgruppe Inland,
- Programmgruppe Ausland mit den Auslandsstudios Brüssel, Paris, Washington, Moskau, Warschau, New York, Nairobi,
- Programmgruppe Sport Fernsehen mit ARD-Sportschau-Redaktion, Bundesliga Sportschau,
- Programmgruppe Frühinformationsprogramm,
- Programmgruppe Zeitgeschehen aktuell ohne Studio Bonn, ohne Studio Berlin,
- Programmgruppe Wirtschaft und Recht.

In diesem Programmbereich schlagen unter anderem Sportgroßereignisse wie Fußballwelt- oder -europameisterschaften sowie die Olympischen Sommer- und Winterspiele ebenso wie Wahlen zu Buche. Die Spitzen in den Aufwendungen mit Blick auf Sportereignisse sind unter anderem bedingt durch:

- 1994: Fußballweltmeisterschaft in den USA, Olympische Winterspiele in Norwegen,
- 1996: Fußballeuropameisterschaft in England, Olympische Sommerspiele in den USA,
- 1998: Fußballweltmeisterschaft in Frankreich, Olympische Winterspiele in Japan,
- 2000: Fußballeuropameisterschaft in Belgien und den Niederlanden, Olympische Sommerspiele in Australien,
- 2002: Fußballweltmeisterschaft in Südkorea und Japan, Olympische Winterspiele in den USA,
- 2004: Fußballeuropameisterschaft in Portugal, Olympische Sommerspiele in Athen,
- 2006: Fußballweltmeisterschaft in Deutschland, Olympische Winterspiele in Italien,
- 2008: Fußballeuropameisterschaft in Österreich und der Schweiz, Olympische Sommerspiele in Peking.

Besonders erwähnenswert im Vergleich zu anderen Sportereignissen waren die Aufwendungen im Jahr 2006 aufgrund der Fußballweltmeisterschaft in Deutschland. Sie lagen deutlich über den üblich höheren Programmaufwendungen bei Sportereignissen. Im Unterschied zu relativ hohen Aufwendungen im Jahr 2004 im Sport bedingt durch die Fußballeuropameisterschaft in Portugal – hier hatte der WDR die Federführung für die ARD – und die Olympischen Sommerspiele

DIAGRAMM 13: Aufwendungen im Programmbereich Politik und Zeitgeschehen in den Jahren 1994 bis 2009



Eigene Zusammenstellung nach Daten der Mittelbewirtschaftung Fernsehen des WDR

in Athen, weisen die Aufwendungen im Jahr 2008 für die Fußball-Europameisterschaft in Österreich und der Schweiz sowie die Olympischen Sommerspiele in Peking keine so großen Spitzen auf⁴⁵. Insgesamt sind in den Jahren 2007 bis 2009 die Aufwendungen für die Programmgruppe Sport Fernsehen in etwa gleich geblieben, wohingegen die Aufwendungen für den Programmbereich Politik und Zeitgeschehen insgesamt steigen.

Programmbereich Fernsehfilm, Kino und Serie

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk beteiligt sich auf unterschiedliche Weise an der Förderung des deutschen Films. Zum einen gehört es zu seinem Kerngeschäft, Fernsehfilme und -serien selbst zu produzieren, anzukaufen oder in Auftrag zu

⁴⁵ Hier zeigen sich die Besonderheiten der ARD-internen Verrechnung. Bei der Fußball-EM im Jahr 2004 hatte der WDR die Federführung, weshalb ein Brutto-Ausweis der Produktionskosten erfolgte. Die Beteiligung der ARD-Partner fand sich unter den Erträgen wieder. Bei der Fußball-EM im Jahr 2008 lag die Federführung nicht beim WDR. Es werden entsprechend nur die Nettoaufwendungen ausgewiesen.

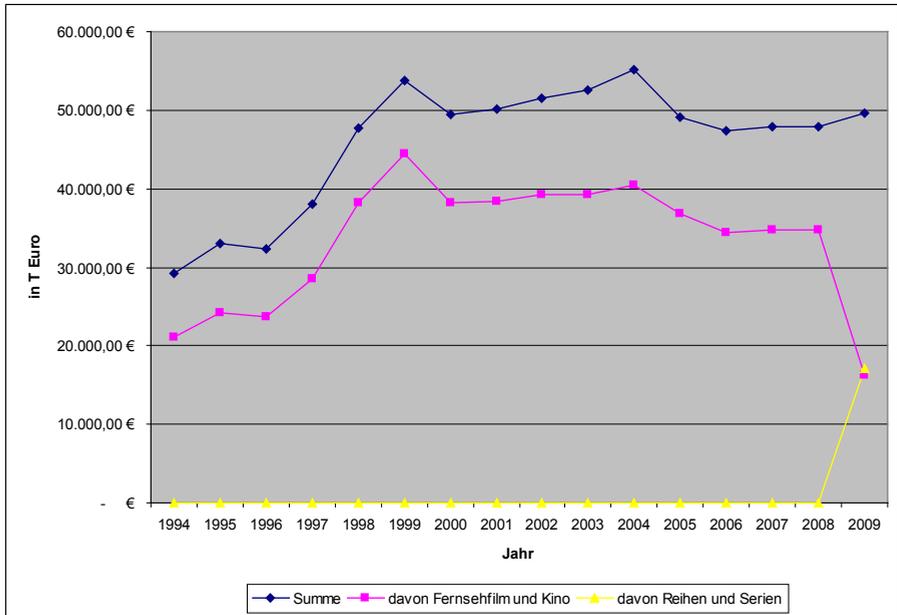
geben. Sowohl der Fernsehfilm als auch die Fernsehserie sind eigenständige Genres, die durch das Fernsehen entstanden sind. Beide, Fernsehfilm und Fernsehserie, haben sich über die Jahrzehnte seit Sendebeginn des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und nicht zuletzt durch die Veränderung der Fernsehlandschaft weiterentwickelt. Über den eigenen Bedarf an sendefähigem Fernsehmaterial hinaus fördert das Fernsehen zum anderen den Kinofilm. Und zwar zum einen durch die Abgaben an die Filmförderungsanstalt, die aufgrund von Abkommen sowohl von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten als auch den privat-kommerziellen Sendern entrichtet werden. Darüber hinaus tritt der öffentlich-rechtliche Rundfunk auch als Co-Finanzier von Kinofilmen auf. Der WDR und das Land NRW haben zur Stärkung des Medienstandortes NRW im Jahr 1991 die Filmstiftung NRW gegründet, die Fördermittel für Kinofilme, Fernsehfilme, Dokumentarfilme, Hörspiele, Verleihförderung vergibt. Seit dem Jahr 2003 gehört neben den später hinzugetretenen Fernsehsendern ZDF und RTL auch die Landesanstalt für Medien zu den Gesellschaftern der Filmstiftung NRW. Aktuell hält der WDR 40% an der Filmstiftung NRW und ist damit der größte Gesellschafter, gefolgt vom Land NRW (35%), dem ZDF und RTL (jeweils 10%) und der Landesanstalt für Medien NRW (5%).

Im Folgenden soll auf die unmittelbaren Aufwendungen des WDR im Programmbereich Fernsehfilm, Kino und Serie eingegangen werden. Im Programmbereich Fernsehfilm, Kino und Serie werden folgende Programmgruppen unterschieden:

- Leitung des Programmbereichs Fernsehfilm, Kino und Serie,
- Programmgruppe Fernsehfilm und Kino, die bis einschließlich 2008 auch Reihen und Serien umfasste,
- Programmgruppe Reihen und Serien seit 2009,
- „Lindenstraße“.

In Diagramm 14 sind die Aufwendungen des Programmbereiches Fernsehfilm, Kino und Serie insgesamt in den Jahren 1994 bis 2009 im Vergleich zu den Aufwendungen der Programmgruppe Fernsehfilm und Kino bzw. Reihen und Serien (nur 2009) dargestellt.

DIAGRAMM 14: Aufwendungen für Fernsehfilm und Kino bzw. Reihen und Serien sowie Gesamtaufwendungen der Programmgruppe Fernsehfilm und Kino in den Jahren 1994 bis 2009



Eigene Darstellung nach Daten der Mittelbewirtschaftung Fernsehen des WDR

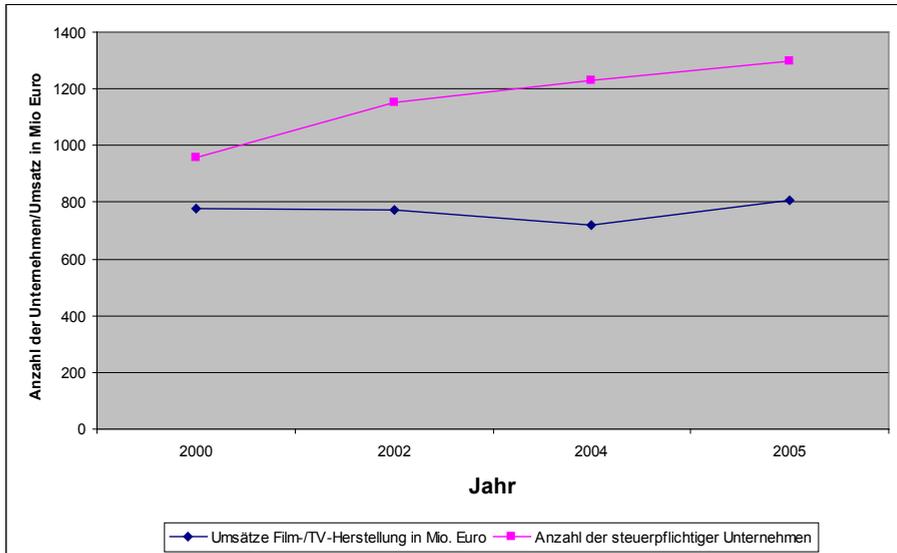
Insgesamt sind die Aufwendungen im Programmbereich Fernsehen, Kino und Serie von 1994 bis 2009 um 20.272,10 T Euro gestiegen. Das entspricht fast einer Verdopplung des Etats (im Jahr 1994 29.375,2 T Euro, im Jahr 2009 49.566,6 T Euro). Der größte Anstieg fand zwischen 1994 und 1999 statt. In diesen Jahren stiegen die veranschlagten Aufwendungen um 24.563,50 T Euro. Das Jahr 1999 stellt mit Aufwendungen in Höhe von 53.858,0 T Euro neben dem Jahr 2004 mit Aufwendungen von 55.152,40 T Euro ohnehin einen Spitzenwert dar. Die hohen Aufwendungen im Jahr 1999 liegen an den Aufwendungen für die ARD-Serie „City Express“. Aus dem Jahr 2004 ist neben regulär aufwändigen Fernsehfilmproduktionen besonderes die Produktion „Speer und Er“ von Heinrich Breloer zu nennen. Im Jahr 2009 werden erstmals die Aufwendungen für Reihen und Serien getrennt von Fernseh- und Kinofilmen ausgewiesen, daher unterscheidet sich das Jahr 2009 von den Vorjahren. Zusammengenommen wird zwar im Jahr 2009 etwas weniger für Fernseh-, Kinofilme, Reihen und Serien aufgewendet, die Unterschiede sind aber nicht gravierend

(2005: 36.759,30 T Euro, 2006: 34.419,30 T Euro, 2006: 34.775,30 T Euro, 2008: 34.814,30 T Euro, 2009: 33.449,40 T Euro).

Welche kulturwirtschaftliche Wirkung hat nun die relative Konstanz der WDR-Aufwendungen im Bereich Fernsehfilm auf die Fernseh- und Filmwirtschaft NRW? Der Kulturwirtschaftsbericht NRW gibt unter anderem Auskunft über die Entwicklung der Unternehmenszahlen und Unternehmensumsätze in den verschiedenen kulturwirtschaftlichen Branchen in NRW, so auch zur Film- und TV-Wirtschaft. Für die Kulturwirtschaftsberichte wird unter anderem die Umsatzsteuerstatistik ausgewertet. Aufgrund dieser methodischen Entscheidung werden nur die umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen erfasst, diese mussten, um in die Umsatzsteuerstatistik einbezogen zu werden, bis zum Jahr 2003 einen Jahresumsatz von 16.600 Euro erzielen und seit 2003 einen Jahresumsatz von 17.500 Euro. Alle Unternehmen mit einem geringeren Umsatz werden von der Umsatzsteuerstatistik nicht erfasst. Im jüngsten Kulturwirtschaftsbericht NRW werden die Jahre 2000, 2002, 2004 und 2005 mit Blick auf die Entwicklung der Zahl der Unternehmen in der Film- und Fernsehbranche und deren Umsätze dargestellt. Wie Diagramm 14 ausweist, gab es bis zum Jahr 2004 eine vergleichsweise ruhige Entwicklung in den Aufwendungen des WDR in der Programmgruppe Fernsehfilm, Kino und Serie, im Jahr 2005 sanken die Aufwendungen spürbar (2000: 38.205,8 T Euro, 2002: 39.168,6 T Euro, 2004: 40.515,0 T Euro, 2005: 36.759,3 T Euro).

Diagramm 15 ist nun zu entnehmen, dass die Umsätze in der Film- und TV-Wirtschaft in NRW in den Jahren 2000, 2002 und 2004 sanken und im Jahr 2005 anstiegen. Zugleich ist über den gesamten Zeitraum die Zahl der umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen angestiegen und zwar von 960 Unternehmen im Jahr 2000 auf 1.298 Unternehmen im Jahr 2005. Dieser deutliche Anstieg weist auf der einen Seite auf die Attraktivität des Medienstandorts NRW hin, offenkundig hat die gezielte Ansiedlungspolitik von NRW und die Profilierung des Landes als Medienstandort Wirkung gezeigt. Die steigende Zahl an Unternehmen korrespondiert auf der anderen Seite aber nicht mit entsprechend steigenden Umsätzen. Im Gegenteil, eine wachsende Zahl an Unternehmen teilte sich bis zum Jahr 2004 sinkende Umsätze und auch die zum Jahr 2005 hin steigenden Umsätze kompensieren die stark steigende Anzahl an Unternehmen nicht. Es ist also anzunehmen, dass bei einer Reihe von Unternehmen in dem Zeitraum von 2000 bis 2004 die Umsätze gesunken sind. Zu beachten ist, dass hier wiederum nur umsatzsteuerpflichtige Unternehmen betrachtet werden. Für viele Unternehmen werden die relativ stabilen Aufwendungen des WDR im hier differenzierter untersuchten Zeitraum von großer Bedeutung sein. Sinkende Umsätze der Unternehmen der TV- und Kinowirtschaft sind also nicht allein auf sinkende Aufwendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zurückzuführen, sondern hängen vielmehr ganz unmittelbar mit der gestiegenen Zahl an Unternehmen zusammen.

DIAGRAMM 15: Vergleich der Anzahl der Unternehmen der Film- und Fernsehbranche NRW mit den Umsätzen dieser Branche in den Jahren 2000, 2002, 2004 und 2005



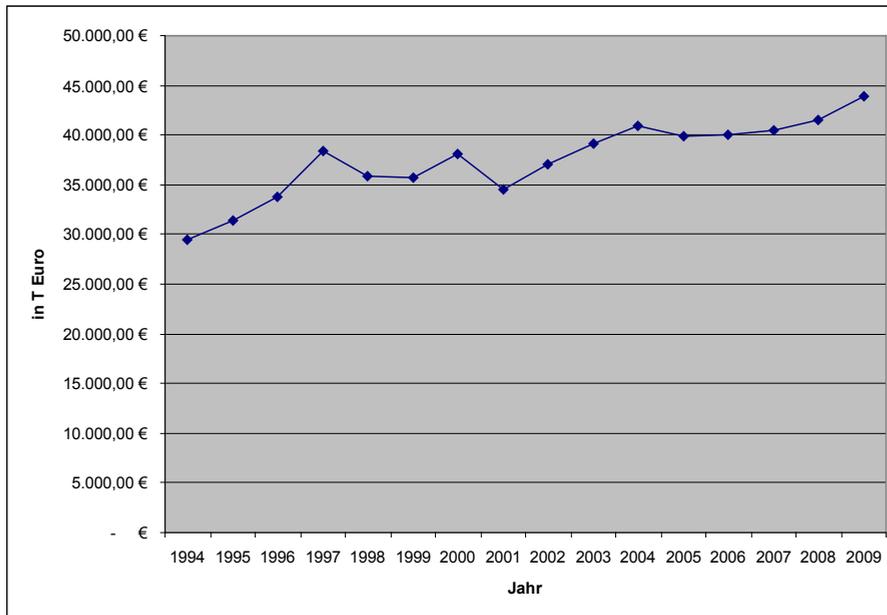
Eigene Darstellung nach Kulturwirtschaftsbericht NRW

Programmbereich Kultur und Wissenschaft

Im Programmbereich Kultur und Wissenschaft sind sowohl jene Sendungen verortet, in denen über Kultur berichtet wird, als auch solche, die wiederum unmittelbare kulturwirtschaftliche Wirkung haben. In diesen Programmbereich gehören folgende Programmgruppen:

- Leitung, Zentrale Aufgaben des Programmbereichs Kultur und Wissenschaft,
- Sonderprojekte Kultur und Wissenschaft seit 2003,
- Programmgruppe Wissenschaft mit Leitung, Redaktionsgruppe Wissenschaft, Redaktionsgruppe Umwelt,
- Programmgruppe Kultur mit Leitung, Redaktionsgruppe Kabarett, Theater, Talk und Frauen, Redaktionsgruppe Kultur Aktuell, Redaktionsgruppe Musik,
- Programmgruppe Religion und Bildung mit Leitung, Redaktionsgruppe Religion, Redaktionsgruppe Bildung, Programmgruppe Schulfernsehen bis 2002,

DIAGRAMM 16: Aufwendungen des Programmbereichs Kultur und Wissenschaft gesamt in den Jahren 1994 bis 2009



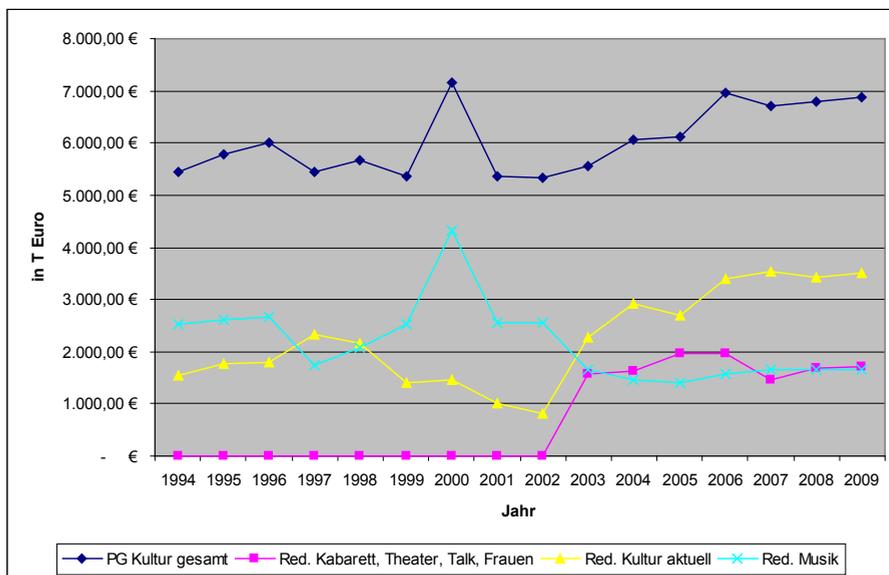
Eigene Darstellung nach Daten der Mittelbewirtschaftung Fernsehen des WDR

- Programmgruppe Dokumentationen/Gesellschaft mit Leitung, Redaktionsgruppe Dokumentationen/Zeitgeschichte, Redaktionsgruppe Dokumentationen, Redaktionsgruppe Dokumentarfilm,
- Zulieferungen WDR zu arte,
- Programmgruppe Service und Ratgeber.

Wie Diagramm 16 zeigt, sind die Aufwendungen in diesem Programmbereich insgesamt gestiegen. Der größte Anstieg fand zunächst zwischen 1994 bis 1997 statt, dann sanken bis auf eine Spitze im Jahr 2000 die Aufwendungen bis zum Jahr 2001, um seither wieder anzusteigen.

Auch wenn, wie an anderer Stelle ausführlich dargestellt wurde, Aufwendungen im Bereich Service und Ratgeber oder auch in Umwelt und Wissenschaft kulturwirtschaftliche Wirkungen entfalten, sollen hier die Programmgruppe Kultur und die Programmgruppe Dokumentationen/Gesellschaft näher unter die Lupe genommen werden.

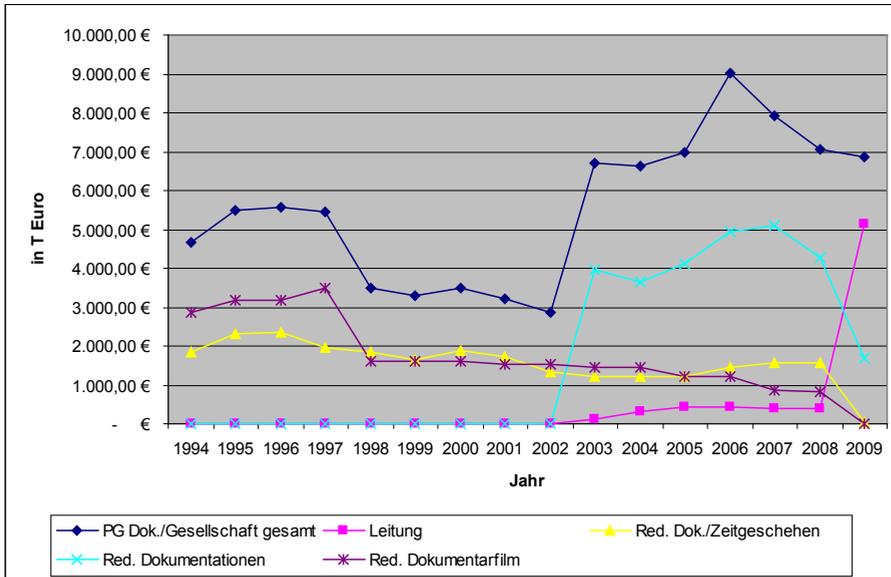
DIAGRAMM 17: Aufwendungen der Programmgruppe Kultur in den Jahren 1994 bis 2009



Eigene Darstellung nach Daten der Mittelbewirtschaftung Fernsehen des WDR

Wie in den anderen bereits untersuchten Programmgruppen sind ebenfalls in der Programmgruppe Kultur die Aufwendungen in den Jahren 1994 bis 2009 angestiegen. Bemerkenswert ist der Ausschlag an Aufwendungen im Jahr 2000, der auf besonders hohe Aufwendungen in der Redaktionsgruppe Musik zurückzuführen ist. Dieser „Ausschlag“ liegt darin begründet, dass die Aufwendungen für die Musiktrenniale im Haushaltsplan im Jahr 2000 unter Musik veranschlagt wurden. In den Folgejahren wurden die Mittel für dieses Ereignis zunächst zentral bei der Direktion veranschlagt und später verlagert. Insgesamt ist festzustellen, dass innerhalb dieser Programmgruppe eine Umschichtung von den Aufwendungen der Redaktionsgruppe Musik zu den Aufwendungen der Redaktionsgruppe Kultur Aktuell stattgefunden hat. In letztgenannter Redaktionsgruppe sanken die Aufwendungen von 1997 bis 2002, steigen seither, bis auf einen Einbruch im Jahr 2005, aber stetig. Es wird also innerhalb dieser Programmgruppe ein deutlicher Akzent auf die aktuelle Kultur gelegt. Daraus folgt, dass zumindest die Aufwendungen nicht darauf hindeuten, dass die Aufmerksamkeit für die aktuelle Kulturberichterstattung nachgelassen hat. Im Gegenteil, der WDR wendet seit dem Jahr 2003 mehr für die

DIAGRAMM 18: Aufwendungen der Programmgruppe Dokumentationen/ Gesellschaft in den Jahren 1994 bis 2009



Eigene Darstellung nach Daten der Mittelbewirtschaftung Fernsehen des WDR

Redaktionsgruppe Aktuelle Kultur auf als zuvor. WestArt, das Kulturmagazin des WDR, wurde also gestärkt.

In der Programmgruppe Dokumentationen/Gesellschaft fand vom Jahr 1997 bis zum Jahr 2001 geradezu ein Einbruch an Aufwendungen statt, der sich sowohl in den Aufwendungen der Redaktionsgruppe Zeitgeschehen als auch der Redaktionsgruppe Dokumentarfilm niederschlägt. Dieser Einbruch ist u.a. darauf zurückzuführen, dass in dieser Programmgruppe bis zum Jahr 1997 auch Spielfilme bzw. Kinofilme betreut wurden. Die Zuständigkeit hierfür wurde in die Programmgruppe Fernsehfilm verlagert, was zu einem spürbaren Rückgang an geplanten Aufwendungen in dieser Programmgruppe, aber nicht im Fernsehen insgesamt führte. Seit dem Jahr 2003 werden Dokumentationen sowie die Leitung dieser Programmgruppe einzeln ausgewiesen. Im Jahr 2003 sind die Aufwendungen für Dokumentationen stark gestiegen, das ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass Aufwendungen der Programmgruppe Wissenschaft nun in der Programmgruppe Dokumentationen/Zeitgeschehen und hier in der Redaktionsgruppe Dokumentationen ausgewiesen werden. Im Jahr 2009 werden Aufwendungen für Dokumentarfilme nicht

mehr ausgewiesen. Sie finden sich in der Sammelkategorie der Programmgruppe Dokumentationen/Gesellschaft Leitung. Für den anspruchsvollen Dokumentarfilm hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk eine herausragende Bedeutung, da die privat-kommerziellen Rundfunkanstalten als Auftraggeber so gut wie nicht in Frage kommen, der öffentlich-rechtliche Rundfunk verfügt in diesem Segment über eine erhebliche Marktmacht.

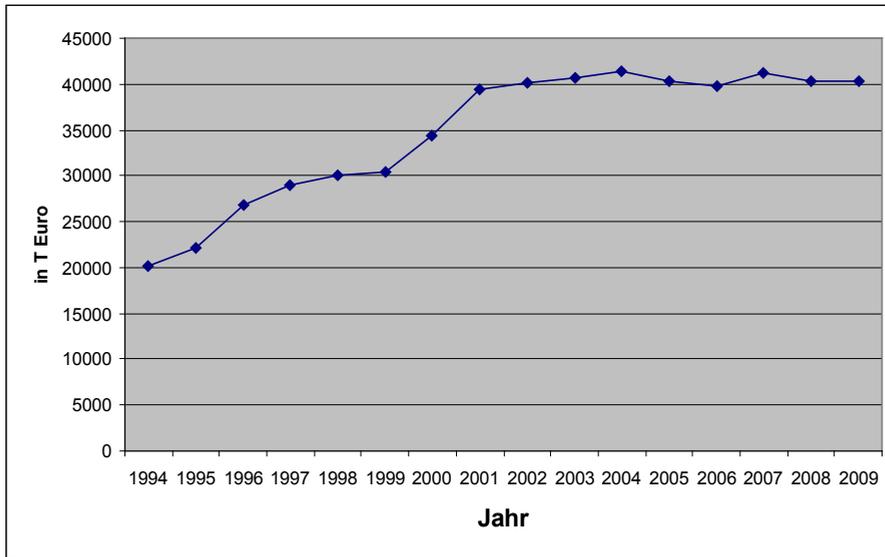
Programmbereich Landesprogramme

Die Regionalisierung des WDR wurde in den 1990er Jahren entschieden vorangetrieben. Der WDR wollte so stärker bei den Menschen vor Ort sein und über die lokalen und regionalen Ereignisse berichten. Eine wesentliche Rolle spielen bei der Regionalisierung die Studios vor Ort. Im Jahr 1994 hatte der WDR sechs Regionalstudios und im Jahr 2009 hat er elf. Das Land NRW wird so von Ostwestfalen-Lippe über das Ruhrgebiet bis zur Euroregion Aachen in Ost-West-Richtung und von Westfalen über das Rheinland bis in das Siegerland in Nord-Südrichtung abgedeckt.

Flaggschiff der Regionalisierung ist die Sendung „Lokalzeit“. Unter dem Motto „Wir schalten um nach nebenan“ wird montags bis samstags von 19.30 bis 20.00 Uhr aus den jeweiligen Regionalstudios gesendet. Für die Kulturberichterstattung ist die Rubrik „Kulturzeit“ von großer Bedeutung, weil hier auch von solchen Ereignissen berichtet wird, die auf der Landesebene weniger Beachtung erfahren, für die Menschen in der Region aber von großer Bedeutung sind. Im Programmbereich Landesprogramme sind folgende Programmgruppen zusammengefasst:

- ♦ Programmbereich Leitung,
- ♦ Programmgruppe Regionales Fernsehen,
- ♦ Studio Düsseldorf,
- ♦ Studio Dortmund,
- ♦ Studio Münster,
- ♦ Studio Bielefeld,
- ♦ Studio Köln,
- ♦ Studio Bonn,
- ♦ Studio Siegen,
- ♦ Studio Aachen,
- ♦ Studio Essen,
- ♦ Studio Wuppertal,
- ♦ Studio Duisburg,
- ♦ Programmgruppe Aktuelles,
- ♦ Programmgruppe Talk, Reportage und neue Formate.

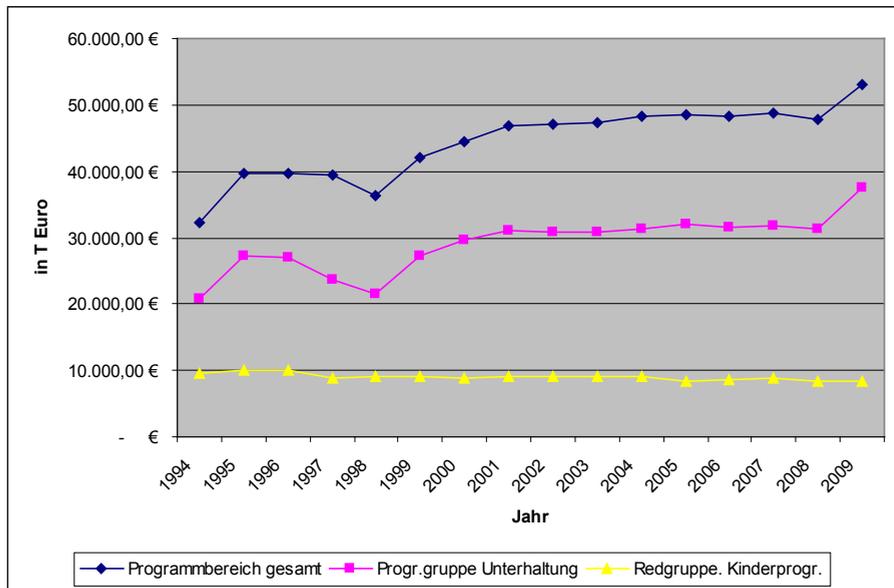
DIAGRAMM 19: Aufwendungen für die Landesprogramme
in den Jahren 1994 bis 2009



Eigene Darstellung nach Daten der Mittelbewirtschaftung Fernsehen des WDR

Diagramm 19 ist zu entnehmen, dass die Aufwendungen für den Programmbereich Landesprogramme in den Jahren 1994 bis 2009 verdoppelt wurden. Der größte Anstieg fand bis zum Jahr 2002 statt, seither bewegen sich die Aufwendungen auf einem gleichbleibenden Niveau. Im Jahr 1996 gab es einen ersten starken Anstieg der Aufwendungen, der auf die neu etablierten Fernsehstudios in Aachen, Essen und Wuppertal zurückzuführen ist. Im Jahr 2002 wurde zusätzlich die Programmgruppe Talk, Reportage und neue Formate eingeführt, weshalb die Aufwendungen insgesamt nochmals gestiegen sind.

DIAGRAMM 20: Aufwendungen des Programmbereichs Unterhaltung, Familie und Kinder in den Jahren 1994 bis 2009



Eigene Darstellung nach Daten der Mittelbewirtschaftung Fernsehen des WDR

Programmbereich Unterhaltung, Familie und Kinder

Im Programmbereich Unterhaltung, Familie und Kinder⁴⁶ sind zusammengefasst:

- die Programmgruppe Unterhaltung/Leitung,
- die Programmgruppe Familie und Kinder mit den Redaktionsgruppen Kinderprogramm, Kinderkanal sowie Familienprogramm.

Zum Kinderprogramm des WDR gehören allseits geschätzte Sendungen wie „Die Sendung mit der Maus“ oder seit einigen Jahren ebenso „Die Sendung mit dem Elefanten“. Hervorzuheben ist, dass die Kindersendungen des WDR, die im WDR Fernsehen, in Das Erste oder auch im Ki.Ka zu sehen sind, selbstverständlich wer-

46 Seit Mai 2009 existiert der Programmbereich Unterhaltung, Familie und Kinder nicht mehr in seiner bisherigen Form. Er wurde neu strukturiert und in die Programmbereiche Film und Serie und Unterhaltung, Familie und Kinder aufgeteilt. Da hier die Vergangenheit betrachtet wird, wird an der alten Systematik festgehalten.

befrei sind. Das unterscheidet sie – neben dem öffentlich-rechtlichen Anspruch an Qualität – grundlegend von den Angeboten der Mitbewerber wie Nick oder auch Super RTL.

In Diagramm 20 werden die Aufwendungen des Programmbereiches Unterhaltung, Familie und Kinder veranschaulicht. Insgesamt sind die Aufwendungen um 20.610,6 T Euro in diesem Programmbereich gestiegen. Der größte Teil der Aufwendungen fließt in die Programmgruppe Unterhaltung. Daher verlaufen die Kurven der Aufwendungen dieses Programmbereiches insgesamt und der Aufwendungen der Programmgruppe Unterhaltung nahezu parallel. Im Jahr 1997 sind die Aufwendungen stark gesunken, weil der WDR seinen zuvor überproportionalen Anteil an der ARD-Unterhaltung zurückgefahren hat. Der Anstieg von 2008 auf 2009 ist zurückzuführen auf die Sendung NRW-Quiz am Sendeplatz Mittwoch-Abend. Vorher fand an diesem Sendeplatz die Sendung „Dellings Woche“ statt, die von einem anderen Programmbereich verantwortet wurde.

Die Aufwendungen für das Kinderprogramm sind in etwa konstant geblieben, auf die Beiträge zum Kinderkanal wird noch einzugehen sein.

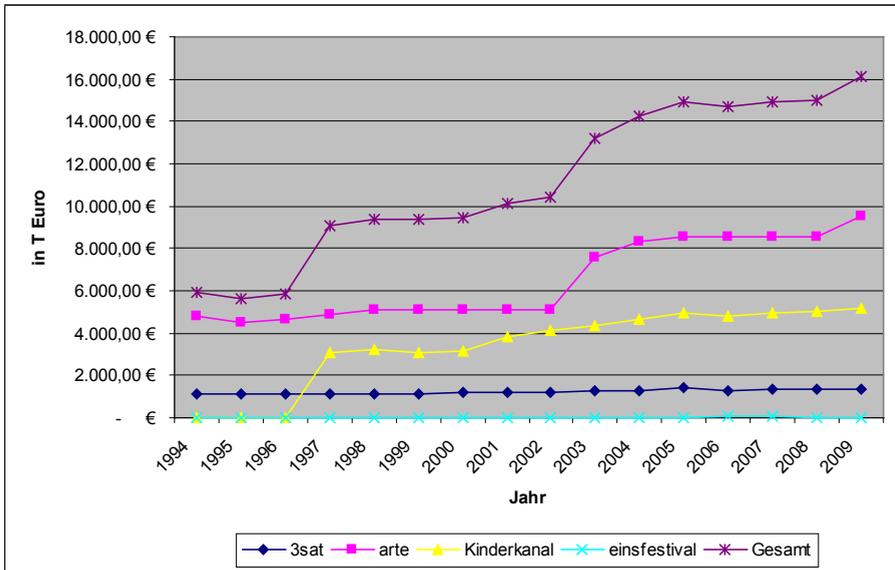
Zulieferungen des WDR zu 3sat, arte, Kinderkanal und Einsfestival

Wie an anderer Stelle bereits ausgeführt, werden seit dem Jahr 2004 die Aufwendungen des WDR für Gemeinschaftssendungen der ARD bei den Sachaufwendungen für das Fernsehen ausgewiesen. Für diese Studie wurden von Seiten der Mittelbewirtschaftung Fernsehen zusätzlich die Daten ab dem Jahr 1994 den verschiedenen Programmbereichen bzw. der Hauptabteilung Programmmanagement zugeordnet. Im Folgenden sollen die Zulieferungen des WDR zu arte, 3sat, Kinderkanal und Einsfestival gesondert dargestellt werden.

Sowohl 3sat als auch arte haben ein ausgesprochenes Kulturprofil. 3sat wird gemeinsam mit dem ZDF, dem ORF und dem deutschsprachigen Schweizer Fernsehen veranstaltet. Arte ist der deutsch-französische Fernsehkanal. Der WDR beteiligt sich an 3sat und arte durch Zulieferungen zum Programm. Der Kinderkanal ist das gemeinsame Kinderprogramm von ARD und ZDF. Einsfestival ist einer der drei Digitalkanäle der ARD. Er hat wie 3sat und arte ein Kulturprofil und ist besonders auf das jüngere Publikum ausgerichtet.

Die Zulieferungen des WDR zu den genannten Gemeinschaftsprogrammen haben sich von 1994 bis 2009 nahezu verdreifacht. Im Jahr 1994 werden 5.900,4 T Euro an Aufwendungen veranschlagt, im Jahr 2009 sind es 16.118,4 T Euro. Ein Grund für diese Steigerung ist der im Jahr 1997 ins Leben gerufene Kinderkanal.

DIAGRAMM 21: Aufwendungen für die Zulieferung des WDR zu arte, 3sat, Ki.Ka und einsfestival in den Jahren 1994 bis 2009



Eigene Darstellung nach Daten der Mittelbewirtschaftung Fernsehen des WDR

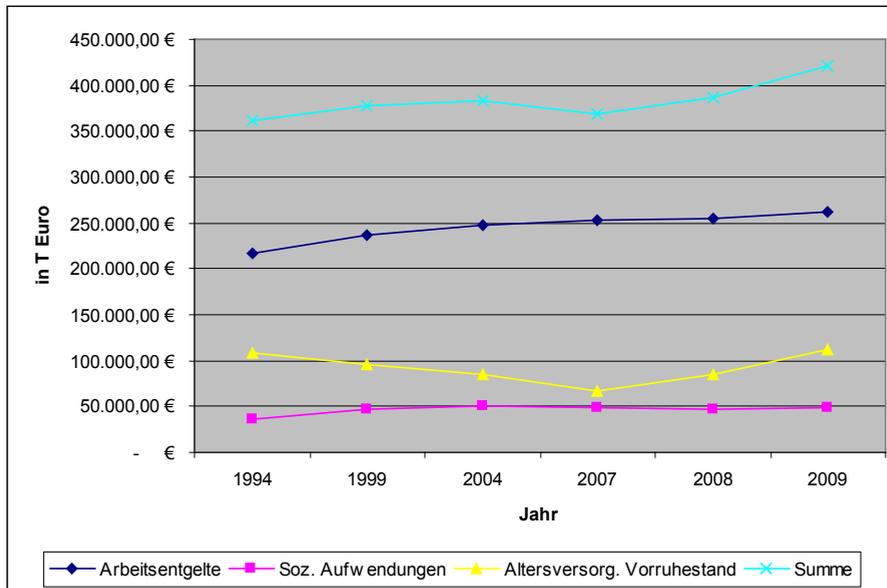
Ein weiterer Grund sind die von 2002 zum Jahr 2003 sprunghaft angestiegenen Aufwendungen für arte. Die Aufwendungen für Einsfestival, die seit 2006 veranschlagt werden, sind gesunken⁴⁷.

3.3 Aufwendungen für das Personal

Radio und Fernsehen können nicht ohne Menschen gemacht werden, daher haben die Aufwendungen für das Personal einen prominenten Stellenwert unter den Gesamtaufwendungen. Der WDR unterscheidet sich dabei nicht von anderen Kulturbetrieben wie beispielsweise Theatern, die ebenfalls in der Regel hohe Personalaufwendungen haben.

47 Im Jahr 2006: 40,0 T Euro, 2007: 55,0 T Euro, 2008: 15,0 T Euro, 2009: 16,2 T Euro.

DIAGRAMM 22: Aufwendungen für das Personal in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung nach den Haushaltsplänen 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

Laut Stellenplan sank die Zahl der Stellen im Untersuchungsraum von 4.762 Planstellen im Jahr 1994 auf 4.321 Planstellen im Jahr 2009⁴⁸. Das entspricht nominell 441 Stellen und einem prozentualen Abbau von 9,3%. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Anzahl der Mitarbeiter aufgrund der Zunahme der Teilzeitbeschäftigung nahezu konstant geblieben ist.

Die Entwicklung der Soll-Aufwendungen für das Personal (Arbeitsentgelte, soziale Aufwendungen, Altersversorgung/Vorruhestand) ist in Diagramm 22 veranschaulicht. Insgesamt sind die Personalaufwendungen in den Jahren 1994 bis 2009 um 59.446,47 T Euro gestiegen. In den Jahren 1994 bis 2004 sind die Aufwendungen für Arbeitsentgelte gestiegen und danach bis zum Jahr 2008 in etwa gleich geblieben. Die relative Konstanz der Aufwendungen für Arbeitsentgelte in den Jahren 2004 bis 2008 ist neben dem Stellenabbau von 76 Planstellen auch auf die den Plan-

48 Auf die Entwicklung der Planstellenzahl sowie der Mitarbeiterzahl wird im nachfolgenden Kapitel 4 näher eingegangen.

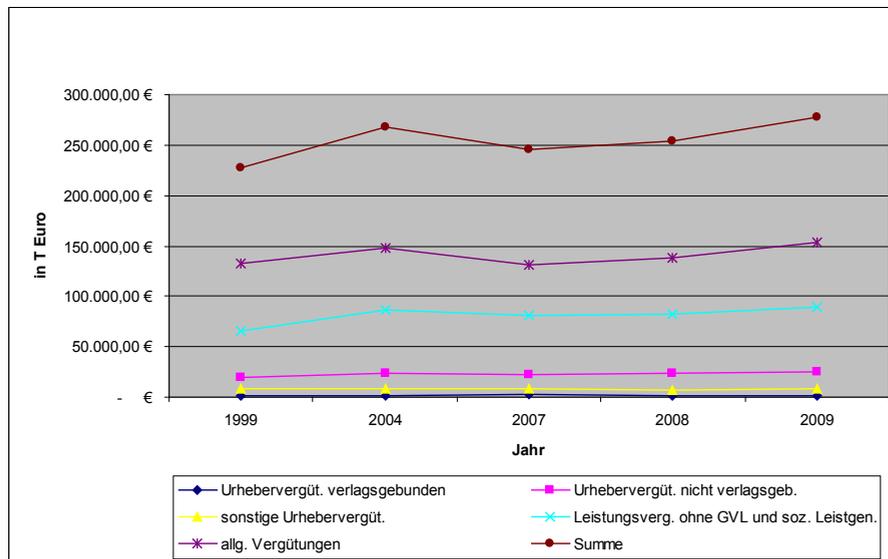
werten zu Grunde liegenden moderaten Tarifabschlüsse zurückzuführen. Für das Jahr 2009 war ein höherer Tarifabschluss zu kalkulieren, so dass die Aufwendungen für Arbeitsentgelte wiederum ansteigen. Bis zum Jahr 2007 sanken die Aufwendungen für Altersversorgung und Vorruhestand⁴⁹, seit 2008 steigen die Aufwendungen in diesem Bereich wieder. Ein Grund für die steigenden Aufwendungen für die Altersversorgung sind u.a. die geltenden Rentenanpassungsregelungen, die die Entwicklung der Versorgungsbezüge an die Entwicklung der Tarifgehälter knüpft. Weiterhin ergaben sich Kostenfolgen aus einer zu füllenden Lücke zwischen den ursprünglich erwarteten und den aufgrund der sinkenden Zinserträge tatsächlich erzielten Deckungsstockerträgen. Es ergaben sich hierdurch höhere Zuführungen zur Alters- und Hinterbliebenenversorgung. Auf die Höhe der gesetzlichen sozialen Aufwendungen hat der WDR keinen Einfluss, sie werden vom Gesetzgeber festgelegt.

3.4 Aufwendungen für freie Mitarbeiter und die Nutzung urheberrechtlich geschützter Leistungen

Der WDR ist, das wird sowohl im 5. Kulturwirtschaftsbericht Nordrhein-Westfalen (Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 2007) als auch im Kulturwirtschaftsbericht Köln (Kulturwirtschaftsbericht Köln 2007) betont, ein wichtiger Auftraggeber für kulturwirtschaftliche Unternehmen. Es ist weder sinnvoll noch möglich, dass der WDR sein gesamtes Programm durch festangestellte Mitarbeiter erstellen lässt. Ganz im Gegenteil, ein Rundfunkunternehmen lebt von der Zusammenarbeit mit freien Mitarbeitern und unabhängigen Produktionsfirmen. Ulrich Soénius, in der IHK Köln unter anderem für Kulturwirtschaft zuständig, sagte im Interview: *„Der WDR ist, wie gesagt, einer der wesentlichen Player in der Kulturwirtschaft in Köln. Ohne ihn wäre Köln nicht der Kulturwirtschaftsstandort, der er ist. Die Arbeitnehmer, die im Kölner Kulturwirtschaftsbericht auftauchen, sind eigentlich zum Großteil vom WDR abhängig. Das beginnt bei den gesamten Dienstleistungsunternehmen, die auf dem Mediensektor tätig sind. Hier sowohl für den Bereich Film und Fernsehen, als auch für den Hörfunk. Wenn man sich die Zahlen des Berichts (des Kulturwirtschaftsbericht, d. Red.) genau anschaut, dann kann man zumindest bei der Benennung der Branche von den Einzelunternehmensarten darauf schließen, dass viele von ihnen zu einem Teil für den WDR tätig sind. Vergabeketten müssen ebenfalls berücksichtigt wer-*

49 In den Jahren 1994 bis 2007 um 41.080,51 T Euro.

DIAGRAMM 23: Aufwendungen für Urheber- und Leistungsvergütungen in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

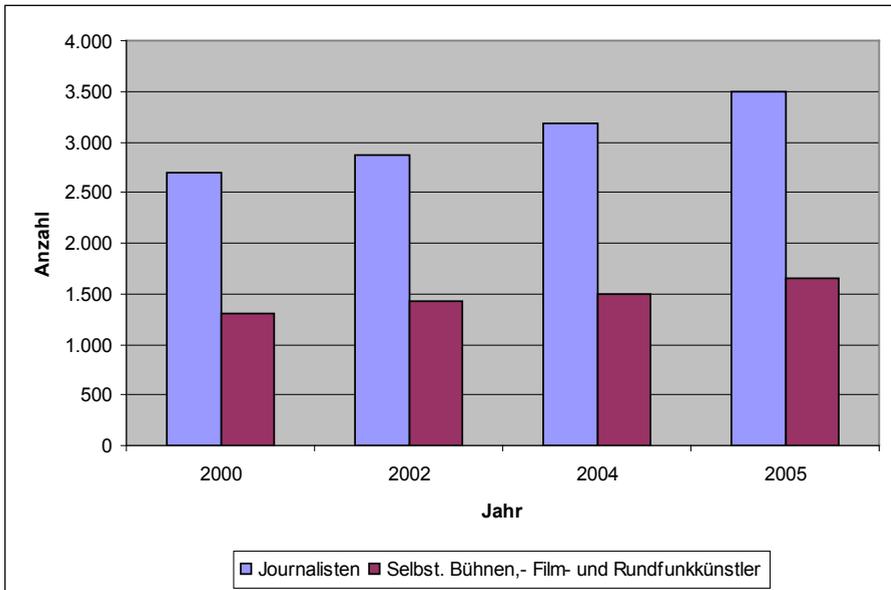


Eigene Darstellung nach WDR-Haushaltsplänen 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

den. Der WDR vergibt Produktionsaufträge, die Produktionsfirmen vergeben wiederum Aufträge an Subunternehmer. Dies können sie letztlich nur tun, da ihnen der WDR den Hauptauftrag gegeben hat. Die privaten Sender verfügen auch nicht über eine solche Menge an freien Journalisten.“ (Soénius im Anhang)

In Diagramm 23 sind die Urheber- und Leistungsvergütungen – und zwar Urhebervergütungen (verlagsgebunden), Urhebervergütungen (nicht verlagsgebunden), sonstige Urhebervergütungen, Leistungsvergütungen (Honorare) ohne GVL und soziale Leistungen sowie allgemeine Vergütungen – für die Jahre 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 dargestellt. Dem Diagramm ist zu entnehmen, dass von 1999 bis 2004 die Urheber- und Leistungsvergütungen angestiegen sind, um dann zum Jahr 2007 hin zu fallen. Für die Jahre 2008 und 2009 ist wiederum eine steigende Tendenz festzustellen. Insbesondere mit Blick auf die Kulturwirtschaft in NRW und hier besonders auf die Journalisten sind die steigenden Aufwendungen des WDR für Urheber- und Leistungsvergütungen von sehr großer Bedeutung, da der WDR ein wichtiger Auftraggeber ist.

DIAGRAMM 24: Anzahl der selbständigen Journalisten sowie Bühnen-, Film und Rundfunkkünstler in NRW in den Jahren 2000, 2002, 2004 und 2005



Eigene Darstellung nach Kulturwirtschaftsbericht NRW 2007

Interessant wird es, wenn die Aufwendungen für Urheber- und Leistungsvergütungen mit der potenziellen Zahl an Auftragnehmern in Beziehung gesetzt werden. Der 5. Kulturwirtschaftsbericht NRW (Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW 2007, 55 sowie 77) gibt unter anderem Auskunft über die Zahl der selbständigen Journalisten sowie selbständigen Bühnen-, Film- und Rundfunkkünstler, die von der Umsatzsteuerstatistik erfasst werden, also bis einschließlich des Jahres 2002 mehr als 16.600 Euro und seit 2003 mehr als 17.500 Euro Umsatz im Jahr erwirtschaften. Diagramm 24 veranschaulicht, dass in den Jahren 2002 bis 2005 die Anzahl der freiberuflichen Journalisten deutlich gestiegen ist. Es ist davon auszugehen, dass real noch wesentlich mehr Journalisten auf dem Markt sind, da viele – insbesondere Berufsanfänger – gar nicht den Umsatz erzielen, um von der Umsatzsteuerstatistik erfasst zu werden. Darüber hinaus beschäftigt der WDR auch eine nicht unerhebliche Anzahl von nicht im steuerlichen und/oder sozialversicherungsrechtlichen Sinne nicht-selbständigen freien Mitarbeitern, die von der Umsatzsteuerstatistik ebenfalls nicht erfasst werden.

Dem WDR steht also – wie anderen Auftraggeber auch – ein großes Potenzial an freien Journalisten zur Verfügung, um Aufträge zu vergeben. Dieses verleiht ihm eine gewisse Marktmacht. Dennoch ist festzuhalten, dass der WDR die Vergütungen nicht beliebig festsetzt oder die Aufträge generell an den billigsten Anbieter vergibt. Er ist an die mit den Gewerkschaften geschlossenen Tarifverträge gebunden.

Für diese Studie wurde unter anderem Ulli Schauen, der bereits seit langem als freier Journalist für den WDR tätig ist, interviewt. Er allerdings sagt: *„Der Unmut unter den altgedienten Freien ist groß, nach langen Jahren von immer höheren Aufwendungen für immer die gleiche – oder geringere Bezahlung. Nicht einmal die Preissteigerungen sind von Honorarerhöhungen aufgefangen worden. Leider hat man als Freiberufler in der Öffentlichkeit wenig Chancen auf Verständnis.“* (Schauen im Anhang)

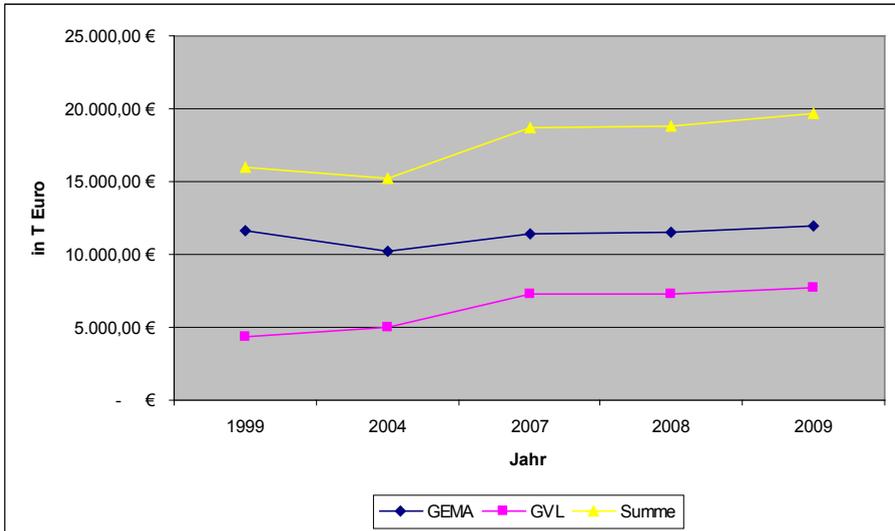
Der Deutsche Journalistenverband, in dem sowohl freie als auch angestellte Journalisten zusammengeschlossen sind, und der seine Mitglieder u.a. bei Tarifverhandlungen vertritt, hat im Jahr 2008 eine Mitgliederumfrage bei den freien Journalisten durchgeführt. Von den 2.187 Befragten haben über 2.000 geantwortet (DJV 2009).

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist für 31,9% der Befragten der wichtigste Auftraggeber⁵⁰. Er ist damit deutlich wichtiger als private Rundfunkunternehmen, die 11,8% erreichten, allerdings nicht so wichtig wie Zeitungen (54,6%), Fachzeitschriften (49,8%), Online-Medien (40,7%) (DJV 2009, 20). Mit Blick auf die Durchsetzbarkeit der Honorarforderungen gaben 54,8% der Befragten an, dass sie beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk ihre Honorarforderungen überwiegend durchsetzen können, 33,2% können sie häufig durchsetzen und nur 12% nie. Demgegenüber geben nur 35,7% an, bei den privaten Rundfunkunternehmen ihre Honorarforderungen überwiegend durchsetzen zu können, 38,1% können es häufig und immerhin 26,2% nie. Noch schwieriger scheint es für freie Journalisten zu sein, ihre Honorarforderungen bei Zeitungen umzusetzen, nur 33,6% gaben an, dass überwiegend ihren Honorarforderungen entsprochen wird, für 34,8% gilt es häufig und bei 31,6% trifft es nie zu (DJV 2009, 35). Der öffentlich-rechtliche Rundfunk steht also vergleichsweise gut da.

Das gilt gleichermaßen für die Vergütung der Online-Nutzung. Hier liegt der öffentlich-rechtliche Rundfunk an der Spitze, da 18% der Befragten angaben, eine gesonderte Vergütung für Online-Nutzung beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu erhalten, 26% erhalten teilweise eine, 52% erhalten keine und bei 15% trifft die Frage nicht zu. Im Vergleich dazu erhalten 2% der Befragten bei privaten Rundfunkanstalten eine Vergütung, 14% teilweise eine, 52% keine und auf 31% traf die

50 Mehrfachnennungen waren möglich.

DIAGRAMM 25: Aufwendungen des WDR für GEMA und GVL in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung nach Haushaltsplänen 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

Frage nicht zu. Im Zeitungsbereich bekommen 3% eine gesonderte Vergütung für Online-Nutzung, 13% teilweise, 72% keine und auf 12% traf diese Frage nicht zu (DJV 2009, 30). Auch wenn diese Befragung keine speziellen Daten zur Vergütung von Online-Nutzungen des WDR liefert, wird doch deutlich, dass im Vergleich zur privatwirtschaftlichen Konkurrenz im Rundfunk oder den Zeitungen der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit Blick auf die Vergütung relativ gut da steht. Dies gilt auch in Hinblick darauf, dass der WDR tarifvertraglich vereinbart hat, für die Nutzung von Hörfunk- und Fernsehproduktionen im Internet einen Zuschlag von 4,5% auf die Grundvergütung zu zahlen. Sofern eine Online-Nutzung erfolgt, wird dieser Zuschlag auch gezahlt. Womit keine Aussage getroffen werden soll, ob die Vergütung in jedem Fall angemessen ist oder nicht.

Abschließend soll noch auf die Aufwendungen des WDR für die Nutzung urheberrechtlich geschützter Musik, also seine Zahlungen an die GEMA und die GVL, eingegangen werden. Sie sind unter kulturwirtschaftlichem Blickwinkel interessant, weil die GEMA ihrerseits Ausschüttungen an die wahrnehmungsberechtigten Komponisten und Textdichter vornimmt und die GVL Ausschüttungen an ausübende Künstler und Tonträgerunternehmen.

Insgesamt sind die Aufwendungen für die GEMA und die GVL im betrachteten Zeitraum gestiegen. Die Aufwendungen an die GVL werden bestimmt durch langfristig zwischen der ARD und der GVL festgelegte Verträge. Hier wurde im Jahr 2005 eine neue Vereinbarung geschlossen, die sich im Anstieg vom Jahr 2004 zum Jahr 2007 bemerkbar macht. Die Aufwendungen für die GEMA sind zum Jahr 2004 gefallen, aber seither wieder gestiegen, so dass eine steigende Tendenz festzustellen ist.

3.5 Weitere Aufwendungen des WDR

Als Großunternehmen mit dem zentralen Standort in Köln, mit Studios in zehn anderen Städten in NRW und im Ausland hat der WDR selbstverständlich neben den oben dargestellten Sachaufwendungen für Hörfunk, Fernsehen und Personal auch Aufwendungen für Gebäude und die technische Infrastruktur für die Übertragung der Hörfunk- und Fernsehprogramme, Alle diese Aufwendungen haben eine immense wirtschaftliche Bedeutung. Da in den 1980er Jahren diese wirtschaftliche Bedeutung noch nicht im öffentlichen Bewusstsein verankert war, lag ein deutlicher Schwerpunkt der Studie „Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor“ von Karla Fohrbeck und Andreas Joh. Wiesand darin aufzuzeigen, welche wirtschaftliche Effekte vom WDR im Baugewerbe und anderen Gewerbezweigen in Köln und NRW evoziert werden. Inzwischen ist dieser Sachverhalt fest in der kulturpolitischen Diskussion verankert.

Insgesamt plant der WDR ab 2011 55 Mio € p.a. für bauliche und technische Investitionen. So ist insbesondere Ankauf und Umbau der WDR-Arkaden zu nennen. Hier ist beabsichtigt, das Gebäude in ein „Newshaus“ umzuwandeln. Folgerichtig werden die Hörfunkwellen WDR 2 und WDR 5 mit ihrer sendenahen Produktion sowie der Programmbereich Politik hier untergebracht. Zusätzlich soll im Untergeschoss ein Eventstudio, das für Hörfunksendungen mit besonderen Anforderungen und/oder Publikumsbeteiligung genutzt werden kann, eingerichtet werden. Dies erfordert zahlreiche Umbaumaßnahmen um den komplexen Produktionen gerecht zu werden. Bedeutende technische Investitionen sind derzeit u.a.:

- ♦ Neue Produktionstechnik für die Regionalstudios
- ♦ HD-Zentralregie für Studio A und B (für hochauflösendes Fernsehen)
- ♦ Neues Sendezentrum Fernsehen/Ersatz für den zentralen Schaltraum.

Zur Rolle des WDR bei der Einführung neuer Technik sei an dieser Stelle auf das im Anhang zu findende Interview mit WDR-Mitarbeiter Carsten Berndt aus der Direktion Produktion und Technik verwiesen.

3.6 Wirtschaftliche Beteiligungen des WDR

Ging es in den vorherigen Kapiteln um die Erträge und Aufwendungen, die dem öffentlich-rechtlichen Teil des WDR zu zurechnen sind, sollen nun einige seiner wirtschaftlichen Beteiligungen bzw. seine Töchter im Mittelpunkt der Betrachtung stehen. Der WDR ist u.a. an folgenden wirtschaftlich tätigen Gesellschaften⁵¹ beteiligt:

- zu 100% an der WDR mediagroup GmbH (Werbevermarktung),
- zu 100% an der WDR Gebäudemanagement GmbH,
- zu 95% am WDR German Broadcasting Centre Brussels S.P.R.L, Brüssel (Sendezentrum)
- zu 49% an der FTA Film- und Theater-Ausstattung GmbH Köln (Programm Produktion, Fundus)
- zu 45% an der Digital Radio West GmbH Köln (Programmverbreitung, DAB)
- zu 30% an der WDR mediagroup digital GmbH, Köln (Digitalisierung, Internet)
- zu 25% an der united docs GmbH, Köln (Programmvertrieb)
- zu 24,9% an der radio NRW GmbH, Oberhausen (Programm, Werbevermarktung)
- zu 10,1% an der KölnMusik Betriebs- und Servicegesellschaft, Köln (Konzertveranstaltung)
- zu 5,6% an der SportA Sportrechte- und Marketing-Agentur GmbH, München (Programmbeschaffung)
- zu 1,8% an der Deutsche Presse-Agentur GmbH, Hamburg (Programmbeschaffung)

WDR mediagroup

Die WDR mediagroup GmbH ging im Jahr 2004 aus der WWF Gruppe hervor. Die WWF wurde bereits 1958 als 100-prozentige Tochter des WDR gegründet.

51 Die vollständige Liste ist unter <http://www.wdr.de/unternehmen/senderprofil/beteiligungen/uebersicht.jsp> einzusehen (Zugriff: 19.10.2009). Hier interessieren nur einige ausgewählte Beteiligungen, die näher betrachtet werden.

Ihr oblag die Vermarktung von Fernsehwerbung im Sendegebiet des WDR⁵². Seit dem Jahr 1987 strahlt der WDR auch im Hörfunk Werbung aus. Die WDR mediagroup ist auch für Vermarktung von Hörfunkwerbung zuständig. Im Jahr 1996 erwarb die WWF die Merchandising-Rechte an der „Maus“ und startete die Lizenzvermarktung.

Heute ist das Kerngeschäft der WDR mediagroup gegliedert in:

- ♦ Werbezeitenvermarktung (WDR mediagroup media)
- ♦ Programmredaktion, Programmhandel (WDR mediagroup program)
- ♦ ARD-Kabelkoordination Ausland

100-prozentige Töchter der WDR mediagroup sind:

- ♦ WDR mediagroup dialog GmbH mit den Geschäftsfeldern Events & Promotion, Kooperationen, Call-Center,
- ♦ WDR mediagroup licensing GmbH mit den Geschäftsfeldern Lizenzen, Merchandising, Musikverlag,
- ♦ WDR mediagroup digital GmbH mit den Geschäftsfeldern Internet-Services, Video- und Audiotechnik, Archivdienstleistungen.

Beteiligt ist die WDR mediagroup ihrerseits an folgenden Firmen:

- ♦ united docs GmbH zu 75%,
- ♦ Colonia Media Filmproduktions GmbH zu 50%,
- ♦ webcolony GmbH zu 50%,
- ♦ Bavaria Film GmbH zu 33,3%,
- ♦ Der ›Audio‹ Verlag GmbH zu 22,5%,
- ♦ ARD-Werbung Sales & Services GmbH zu 11,1%,
 - AS & S Radio GmbH,
 - ARD & ZDF Fernsehwerbung,
- ♦ Degeto Film GmbH zu 11,1%,
- ♦ german united distributors GmbH zu 10%.

52 Im Jahr 1959 wird die WWF größter Gesellschafter der Bavaria Film GmbH in München, zugleich werden Anteile an der Degeto Film GmbH Frankfurt/Main erworben.

Die WDR mediagroup sowie ihre jeweiligen Töchter sind für den WDR direkt tätig, wenn es etwa um Events von 1LIVE geht, sie nehmen aber auch Aufträge von Dritten an. Neben dem WDR sind für die Kulturwirtschaft vor allem auch seine wirtschaftlichen Unternehmen sowie deren Töchter relevant, weil viele Aufträge an die Kulturwirtschaft vergeben werden und sie zugleich Dienstleister für andere Unternehmen sind.

WDR Gebäudemanagement GmbH

Die WDR Gebäudemanagement GmbH⁵³ wurde im Jahr 1998 gegründet. Ihre Arbeit nahm sie im Jahr 1999 auf. Verschiedene Abteilungen (Bauabteilung, die Elektrotechnik, Haus- und Liegenschaftsverwaltung) des WDR wurden in der WDR Gebäudemanagement GmbH zusammengeführt.

Aufgaben der WDR Gebäudemanagement GmbH sind:

- Infrastruktureller Service, das sind Hausmeisterdienste/Werkstätten, Reinigung und Hygiene, Druckerei/Kopierstellen, Sicherheitsdienstleistungen/Empfang, Umwelt und Energie, Informationssysteme,
- Kaufmännischer Service, das sind Verwaltung der Gebäude und Liegenschaften des WDR (Kauf und Verkauf von bebauten und unbebauten Grundstücken für den WDR, Neuanmietungen, Vermietungen und Verpachtungen, Vertragsmanagement für alle Miet- und Pachtverhältnisse, Motivanmietung und Standortmitnutzung) sowie der Einkauf, die Finanzbuchhaltung, Controlling und Vertragsmanagement der Gebäude und Liegenschaften des WDR,
- Technik und Planung im Rahmen des Gebäudemanagements.

An der Gebäudemanagement GmbH des WDR wird besonders gut die wirtschaftliche Wirkung des WDR ersichtlich, denn hier werden Aufträge an Fremdfirmen aus dem gewerblichen Bereich vergeben.

53 Quelle: <http://www.wdr-gmg.de/unternehmen.html>, Zugriff: 19.10.2009

3.7 Der WDR im Vergleich zu anderen ARD-Anstalten

In den vorherigen Unterkapiteln wurden die Erträge und Aufwendungen des WDR anhand der Soll-Werte aus den Haushaltsplänen dargestellt. Es stellt sich die Frage, ob die Erträge und Aufwendungen des WDR im Vergleich zu den anderen ARD-Anstalten hoch sind, ob sie im Mittelfeld liegen oder vielleicht in einigen Bereichen sogar besonders niedrig sind.

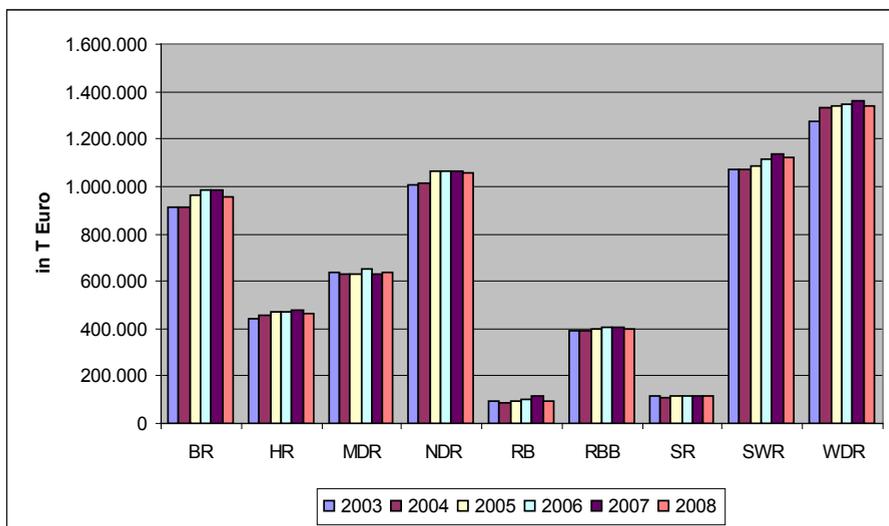
Da von den anderen ARD-Anstalten die Haushaltspläne nicht vorlagen, wurden die ARD-Jahrbücher zu Rate gezogen. In ihnen werden u.a. die Erträge und Aufwendungen der einzelnen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten als Ist-Werte dargestellt. Da es sich um Ist-Werte handelt, reichen die Daten nur bis zum Jahr 2008. – An dieser Stelle sei noch einmal darauf hingewiesen, dass bei der vorherigen Darstellung die Soll-Werte zugrunde gelegt wurden.

In Diagramm 26 sind die Erträge⁵⁴ der ARD-Anstalten in den Jahren 2003⁵⁵ bis 2008 gegenübergestellt. Dem Diagramm ist zu entnehmen, dass der WDR die ARD-Anstalt mit den höchsten Erträgen ist. Dieses ist vor allem darauf zurückzuführen, dass das Sendegebiet des WDR dem bevölkerungsreichsten Bundesland entspricht. Da, wie bereits dargestellt, die Erträge aus Rundfunkgebühren den weitaus größten Teil an den Gesamterträgen ausmachen, spiegelt sich die Bevölkerungszahl des Sendegebiets in den Erträgen der einzelnen ARD-Anstalten wider. Der WDR ist am ehesten vergleichbar mit dem SWR, dem NDR und dem BR. Der MDR, der HR und der RBB bilden eine zweite Gruppe an mittelgroßen Anstalten und schließlich sind RB und der SR als kleine Anstalten zu bezeichnen.

54 Die Erträge setzen sich zusammen aus: Erträge aus Teilnehmergebühren, Erträge aus dem Finanzausgleich, Erträge aus der Strukturhilfe (RB und SR), Erhöhung oder Verminderung des Bestands an fertigen und unfertigen Produktionen, andere aktivierte Eigenleistungen, Erträge aus Kostenerstattungen/Konzessionsabgaben, sonstige betriebliche Erträge, Erträge aus Gewinnabführungsverträgen und Beteiligungen, Finanzerträge.

55 Es wurde das Jahr 2003 als Beginn genommen, da in diesem Jahr SFB und ORB zum RBB fusionierten. Diese Darstellung dient der besseren Übersichtlichkeit.

DIAGRAMM 26: Erträge der ARD-Anstalten in den Jahren 2003 bis 2008



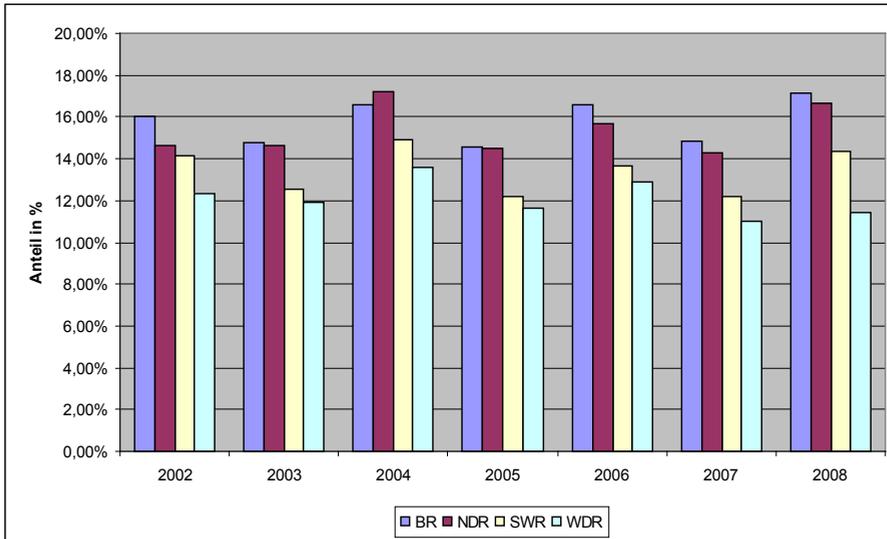
Eigene Darstellung nach ARD-Jahrbüchern 2004/05, 2005, 2006, 2007, 2008 und 2009

Da sich die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten hinsichtlich ihrer Erträge und damit auch Aufwendungen unterscheiden, sollen bei der folgenden Darstellung die Aufwendungen des WDR mit denen vergleichbarer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten in Beziehung gesetzt werden, also dem BR, dem NDR und dem SWR.

Gemeinschaftsaufgaben und Koproduktionen

Charakteristisch für die ARD ist, dass durch Koproduktionen und Programmgemeinschaftsaufgaben Ressourcen gebündelt und damit verstärkt werden können. In Diagramm 27 sind die Anteile der Programmgemeinschaftsaufgaben und Koproduktionen an den Gesamtaufwendungen von BR, NDR, SWR und WDR in den Jahren 2002 bis 2008 dargestellt. Da insbesondere Koproduktionen jeweils auf ein bestimmtes Vorhaben bezogen sind, ergeben sich über die Jahre hinweg Schwankungen in den nominalen Aufwendungen. Die nachfolgende prozentuale Darstellung gibt Aufschluss darüber, welchen Stellenwert bei den untersuchten vier Sendeanstalten die Koproduktionen und Programmgemeinschaftsaufgaben jeweils an den Gesamtaufwendungen haben. Trotz der Schwankungen zeigt sich eine be-

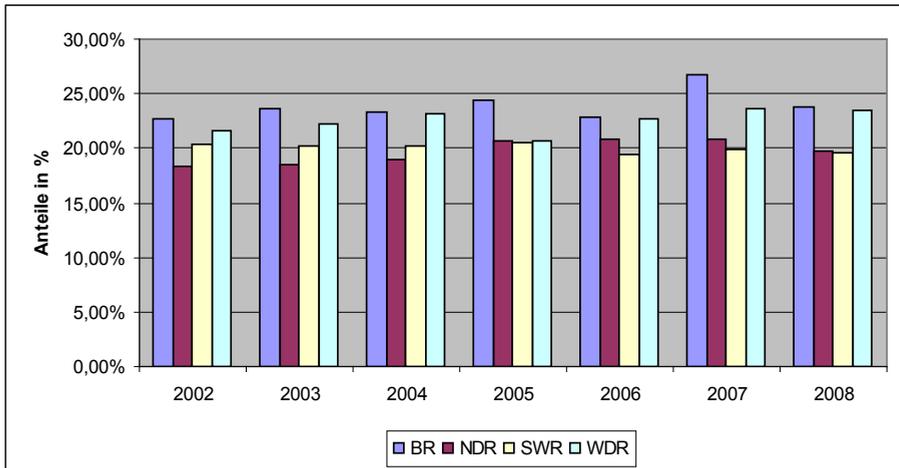
DIAGRAMM 27: Anteil der Programmgemeinschaftsaufgaben und Koproduktionen an den Gesamtaufwendungen von BR, NDR, SWR und WDR in den Jahren 2002 bis 2008



Eigene Darstellung nach ARD-Jahrbuch 2003, 2004/05, 2005, 2006, 2007, 2008 und 2009

merkenswerte Konstanz. Der Bayerische Rundfunk erreicht bis auf das Jahr 2004, in dem ausnahmsweise der NDR einen höheren Anteil als der BR für Programmgemeinschaftsaufgaben und Koproduktionen aufwendet, jeweils den höchsten Wert. Er wird gefolgt vom NDR, dem SWR und schließlich dem WDR. Dieses über fünf Jahre hinweg konstante Verhältnis lässt folgende Schlüsse zu: BR und NDR scheinen finanzstark genug zu sein, um in Koproduktionen und Programmgemeinschaftsaufgaben zu investieren. Da SWR und WDR wiederum noch finanzstärker sind, können sie auch aus eigener Kraft größere Vorhaben realisieren und geben daher einen kleineren Anteil an ihren Gesamtaufwendungen für Programmgemeinschaftsaufgaben und Koproduktionen aus. Der WDR hat im Vergleich zu den genannten anderen mehr Eigenproduktionen.

DIAGRAMM 28: Anteil der Urheber-, Leistungs- und Herstellervergütungen an den Gesamtaufwendungen des BR, NDR, SWR und WDR in den Jahren 2002 bis 2008



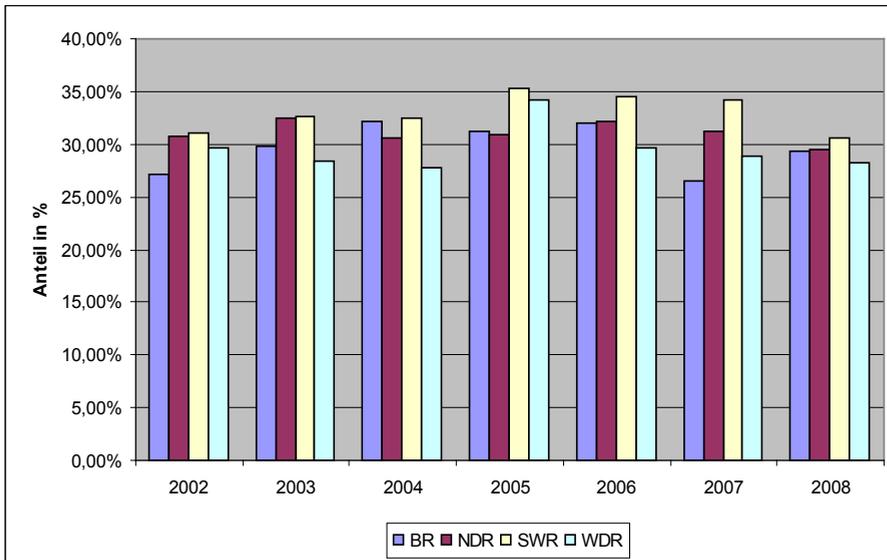
Eigene Darstellung nach ARD-Jahrbuch 2003, 2004/05, 2005, 2006, 2007, 2008 und 2009

Urheber-, Leistungs- und Herstellervergütungen

Wie dargestellt, hat der WDR eine große Bedeutung für die Kulturwirtschaft in Köln sowie in ganz NRW. Es ist zu vermuten, dass die vergleichbaren Rundfunkanstalten BR, NDR und SWR ähnliche Effekte an ihren Standorten erzielen⁵⁶. Es wurden daher in Diagramm 28 die Anteile der Urheber-, Leistungs- und Herstellervergütungen an den Gesamtaufwendungen der genannten Sendeanstalten für die Jahre 2002 bis 2008 verglichen. Diagramm 28 zeigt, dass der WDR im Vergleich zum NDR und zum SWR höhere Anteile der Gesamtaufwendungen für Urheber-, Leistungs- und Herstellervergütungen aufwendet. Seine Anteile aber von denen des Bayerischen Rundfunks übertroffen werden. Seit dem Jahr 2005 haben NDR und SWR ihre Position gewechselt. In den Jahren 2002 bis 2004 wendete der NDR die vergleichsweise geringsten Anteile für Urheber-, Leistungs- und Herstellervergütungen auf, seit dem Jahr 2005 ist es der SWR.

56 Mit Blick auf den BR und den NDR lassen sich die Effekte bereits daran erkennen, dass sowohl München als auch Hamburg neben Köln und Berlin wichtige Standorte der Film- und Fernsehproduktion sind.

DIAGRAMM 29: Anteil der Personalaufwendungen an den Gesamtaufwendungen des BR, NDR, SWR und WDR in den Jahren 2002 bis 2008



Eigene Darstellung nach ARD-Jahrbuch 2003, 2004/05, 2005, 2006, 2007, 2008 und 2009

Personalaufwendungen

Diagramm 29 veranschaulicht, dass der Anteil der Personalaufwendungen an den Gesamtaufwendungen beim BR, NDR, SWR und WDR⁵⁷ im untersuchten Zeitraum zwischen 27 und 35% liegen. Beim BR, NDR und WDR ist der Anteil der Personalaufwendungen an den Gesamtaufwendungen zurückgegangen. Beim SWR sind von 2002 bis 2005 die Personalaufwendungen gestiegen, sinken seither aber wieder. Mit Blick auf den WDR korrespondieren die dargestellten Werte mit den bereits dargestellten personalwirtschaftlichen Maßnahmen, wie z.B. dem Abbau an Stellen und moderaten Tarifabschlüssen.

57 Die leicht abweichenden Werte beim WDR in dieser Darstellung im Vergleich zu der in Kapitel 3.3 hängen damit zusammen, dass in den ARD-Jahrbüchern Ist-Werte veröffentlicht werden, für die sonstige Darstellung in der Studie aber auf die in den Haushaltsplänen dargelegten Soll-Werte zurückgegriffen wurde.

Bemerkenswert ist, dass der WDR als größte ARD-Anstalt über alle Jahre hinweg einen deutlich kleineren Anteil seiner Gesamtaufwendungen für Personal aufwendet als der SWR. Bis auf das Jahr 2005 liegt sein Anteil der Personalaufwendungen an den Gesamtaufwendungen zusätzlich unter denen des NDR und für die Jahre 2003, 2004 und 2006 trifft dieses auch für den BR zu. Der sinkende Anteil der Personalaufwendungen an den Gesamtaufwendungen des WDR steht im Zusammenhang mit verschiedenen personalwirtschaftlichen Maßnahmen und ist Ausdruck einer effizienten Personalwirtschaft, so dass anteilig mehr Mittel für das Programm zur Verfügung. Zugleich muss diese Entwicklung kritisch hinterfragt werden. Der WDR bietet wie die anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auch vergleichsweise sichere Arbeitsplätze im Medienbereich. Auch wenn vielfach der Selbständigkeit im Kultur- und Medienbereich das Wort geredet wird, soll an dieser Stelle hervorgehoben werden, dass auch im Kultur- und Medienbereich sichere Arbeitsplätze einen Wert an sich darstellen. Im folgenden Kapitel wird aufgezeigt, dass der WDR sich bemüht trotz Stellenabbau die Zahl der Mitarbeiter relativ konstant zu halten.

Arbeiten beim WDR – Arbeiten für den WDR

4 ARBEITEN BEIM WDR – ARBEITEN FÜR DEN WDR

Der WDR ist einer der größten Arbeitgeber in Köln und Umgebung. Selbstbewusst wirbt er um Interesse für eine Anstellung in der größten der ARD-Anstalten. So ist in der Stellenausschreibung für das Traineeprogramm des WDR für Ingenieure einleitend zu lesen: *„Der WDR ist eines der größten Rundfunkunternehmen Europas mit Sitz in Köln. 4.350 Mitarbeiter/innen in über 100 Berufen produzieren täglich 144 Stunden Radio, 35 Stunden Fernsehen und ein Viertel des ARD-Programms.“*

Keine Frage: auch als Arbeitgeber ist der WDR ein Schwergewicht, das weit über die rheinische Metropole hinaus Strahlkraft besitzt. Der WDR ist, wie Ulrich Soénius, Geschäftsführer Standortpolitik, Verkehr und Unternehmensförderung der IHK Köln, in einem Interview herausstellte, *„einer der größten Arbeitgeber der Region (ist), was sich positiv auf die Gesamtwirtschaft auswirkt. Für die IHK ist der WDR, obwohl nicht Mitglied, ein ganz bedeutender Player im wirtschaftlichen Gesamtgefüge der Stadt Köln.“* (Interview Soénius im Anhang). Dementsprechend ist der WDR nach eigenen Angaben mit *„(...) dem permanenten Bedarf an Fachkräften (...) zum größten Arbeitgeber für Medien in NRW geworden und hat wesentlich zur Entwicklung des Landes und der Region Köln als Standort für Medienunternehmen beigetragen.“* (<http://www.wdr.de/unternehmen/jobs/job-portraits/index.jhtml>, Zugriff: 15.04.2009).

Neben den Festangestellten sind für den WDR punktuell ca. 18.000 freie Mitarbeiter beschäftigt, die für spezielle Projekte und Aufgaben, Beiträge oder für die Berichterstattung eingesetzt werden. Unter ihnen befinden sich zum Beispiel Drehbuchautoren, Verfasser von Radiomanuskripten, Schauspieler, Sänger, Musiker, Sprecher und Werbefachleute.

Die Anzahl der Unternehmen und der Beschäftigten der Medienbranche wächst kontinuierlich. Köln ist hier ohne Zweifel an der Spitze der Medienstandorte in NRW. Die Rheinmetropole kann allein im Rundfunk mehr Beschäftigte verzeichnen als alle anderen Großstädte des Bundeslandes zusammen (Schönert 2004, 7). Ein Erfolg, der unmittelbar darauf zurückzuführen ist, dass der WDR, aber auch RTL und Deutschlandradio ihren Sitz in der Stadt haben. Der WDR, der durch eine Vielzahl von Gebäuden in Köln Präsenz zeigt, schafft durch seine Nachfrage nach gut ausgebildeten Medienfachleuten aller Couleur eine sehr gute Ausgangsbasis für Unternehmen der Rundfunkwirtschaft. Die vom WDR geschaffenen Strukturen waren für RTL sicherlich ein wichtiges Argument, um sich ebenfalls in Köln anzusiedeln. *„Denn die Bedeutung des WDR für Köln ist gleichsam ein Attraktor für RTL gewesen, hierher zu ziehen. (...) Zwischen dem öffentlich-rechtlichen und dem*

privaten Sender entwickelte sich eine für Köln und Umgebung vorteilhafte Konkurrenz. Die Ansiedlung von Dienstleistern aus dem Mediensektor ist dadurch enorm gefördert worden. Für RTL war es sicherlich von Vorteil, dass sie in eine Stadt ziehen konnten, in der es genügend gut ausgebildetes Personal bereits gab. Im Fernsehbereich hat man an diesem Standort sicherlich nicht mit Personalproblemen zu kämpfen.“ (Interview Leder im Anhang).

Auf den Punkt bringen es die Worte des bereits zuvor zitierten Ulrich Soénius: *„Die Arbeitnehmer, die im Kölner Kulturwirtschaftsbericht 2007 auftauchen, sind eigentlich zum Großteil vom WDR abhängig.“* (Interview Soénius im Anhang)

In der Studie „Medienatlas NRW“ (Medienatlas NRW 2009), die im Auftrag der Landesanstalt für Medien vom FORMATT-Institut erstellt und im März 2009 erschienen ist, wird herausgearbeitet, dass innerhalb NRWs der Medienstandort Köln insbesondere für die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bei den Rundfunkveranstaltern und der Filmherstellung eine herausragende Position inne hat. Insgesamt arbeiten laut Medienatlas NRW 68.272 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in der Medienbranche, davon sind 44,6% im Druckgewerbe tätig, das hier zur Medienbranche gerechnet wird, 29% sind im Verlagsgewerbe beschäftigt, 16,4% bei Rundfunkveranstaltern, 8,5% in der Filmherstellung und 1,5% als Korrespondenten. Werden die beiden Branchen Rundfunkveranstalter und Filmherstellung näher betrachtet, zeigt sich folgendes Bild:

- im Regierungsbezirk Köln sind 81,4% aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Rundfunkherstellung aus NRW beschäftigt, bei der Filmherstellung sind es 76,2%,
- im Regierungsbezirk Düsseldorf sind 12,1% aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Rundfunkherstellung aus NRW beschäftigt, bei der Filmherstellung sind es 14,1%,
- im Regierungsbezirk Arnsberg sind 4,4% aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Rundfunkherstellung aus NRW beschäftigt, bei der Filmherstellung sind es 6,5%,
- im Regierungsbezirk Detmold sind 0,9% aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Rundfunkherstellung aus NRW beschäftigt, bei der Filmherstellung sind es 2,1%,
- im Regierungsbezirk Münster sind 0,7% aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Rundfunkherstellung aus NRW beschäftigt, bei der Filmherstellung sind es 1,1%.

Köln und die umliegenden Orte, die zum Regierungsbezirk gehören, haben also eine herausragende Bedeutung für die Medienbranche in NRW. Es ist davon aus-

zugehen, dass der größte Teil der sozialversicherungspflichtig bei Rundfunkveranstaltern Beschäftigten beim WDR angestellt ist.

4.1 Zahl der Beschäftigten im WDR

Planstellen

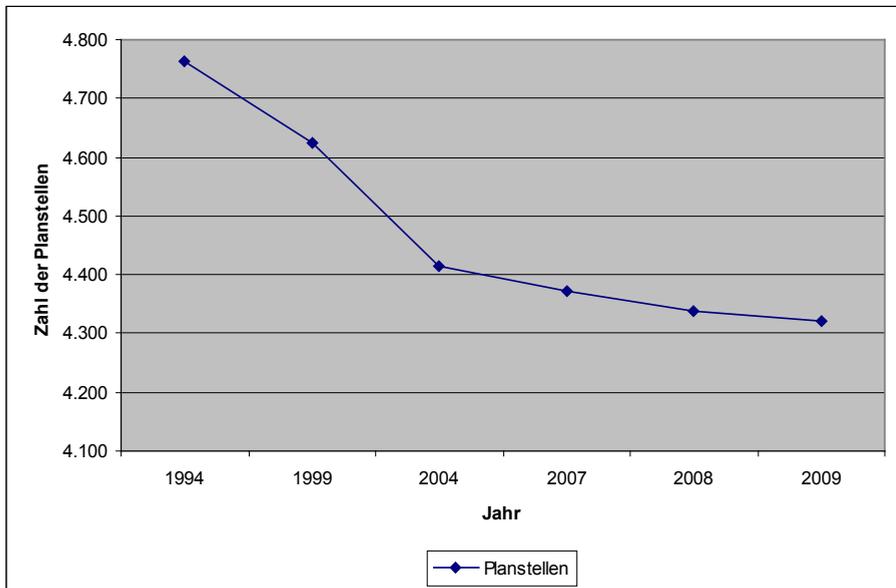
Bei der Darstellung der Personalaufwendungen wurde der Rückgang an Planstellen beim WDR bereits einmal gestreift. Im Zeitraum von 1994 bis 2009 wurden 441 Planstellen abgebaut, das entspricht einem Abbau von rd. 9%. Der Planstellenabbau vollzog sich v.a. in den letzten Jahren im Wesentlichen in den Bereichen Produktion und Technik sowie Verwaltung, während die Programmdirektionen Hörfunk und Fernsehen in moderatem Umfang an der Rückführung der Planstellen beteiligt wurden.

Ein Großteil des Stellenabbaus kam u.a. durch die Auslagerung von Tätigkeiten und die Gründung der WDR Gebäudemanagement GmbH, einem 100-prozentigen WDR-Unternehmen, zustande. Hier wurden 216 Planstellen an die Tochterfirma verlagert. Die WDR-Gebäudemanagement GmbH nahm im Jahr 1999 ihre Arbeit auf. Diese Verlagerung gibt einen Hinweis darauf, warum in den Jahren 1994 bis 2004 mit einem Abbau von 348 Planstellen der Abbau besonders groß war – rd. 79% des Planstellenabbaus von 1994 bis 2009 fand in diesem Zeitraum statt. Anfang 2005 hat der WDR mit der Zusammenführung der Technischen Direktion und der Produktionsdirektion zu einer Direktion Produktion und Technik die Zusammenlegung aller Produktions-, Technik- und Infrastrukturdienstleistungen unter einem Dach vollzogen.

Im Zuge dieses komplexen Optimierungsprozesses sind eine Verbesserung der Abläufe und Strukturen im WDR sowie die Realisierung von Synergien erfolgt. Der Stellenabbau im Rahmen der Zusammenlegung ist durch Fluktuationen und Pensionierungen über einen Zeitraum von mehreren Jahren sozialverträglich umgesetzt worden. Durch die Bündelung der Ressourcen wurden auch in den darauf folgenden Haushaltsjahren weitere Rationalisierungseffekte erzielt.

Neben dem Planstellenabbau gilt es aber auch zu berücksichtigen, dass durch die Umschichtung personelle Kapazitäten für neue Programmaufgaben gewonnen wurden, ohne zusätzlichen Personalaufwand zu verursachen. Aufgrund unterschiedlicher Einzelmaßnahmen sind in den letzten Jahren eine Vielzahl von Planstellen für neue Aufgaben durch Umsetzungen oder Umwidmungen aus verschiedenen Bereichen des WDR zur Verfügung gestellt worden. – In Diagramm 30 ist der Abbau an Planstellen noch einmal grafisch dargestellt.

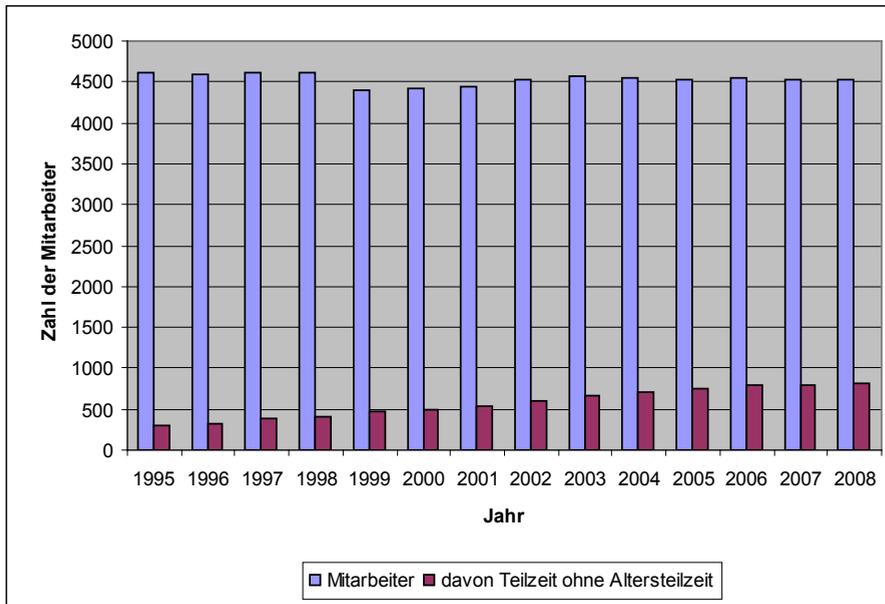
DIAGRAMM 30: Entwicklung der WDR-Planstellen in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009



Eigene Darstellung nach den Haushaltsplänen 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

Aufgrund von Umgruppierungen und Umschichtungen ist es kaum möglich, den Personalabbau einzelnen Vergütungsgruppen zu zuordnen – auch wenn nicht von der Hand zu weisen ist, dass der Stellenabbau vor allem in niedriger dotierten Vergütungsgruppen stattgefunden hat. Zum einen sind Planstellen in den unteren Vergütungsgruppen beispielsweise verlagert oder eingespart worden. Zum anderen kam es durch veränderte Anforderungen und durch Realisierung von Programmprojekten und die Übernahme neuer Aufgaben zur Aufwertung von Planstellen. Ein Beispiel hierfür ist die Ausweitung der Regionalberichterstattung, auf die noch eingegangen wird. Für die Realisierung dieses Programmvorhabens wurden Planstellen aus dem Bestand des WDR umgewidmet, die z.T. nicht über die erforderlichen Stellenwerte verfügten. Um insgesamt das Stellengefüge des WDR auf gleichbleibendem Niveau zu halten, werden Stellenanhebungen durch Stellenabwertungen kompensiert. Dabei ist es an dieser Stelle nicht möglich und im Zusammenhang dieser Untersuchung auch nicht erforderlich, den gesamten komplexen Prozess, der hinter den Stellenaufwertungen und -abwertungen steht, nachzuzeichnen. Wesentlich ist, dass mit der Möglichkeit von Umgruppierungen dem

DIAGRAMM 31: Entwicklung der Mitarbeiterzahl gesamt und der Zahl der Teilzeitbeschäftigten in den Jahren 1995 bis 2008



Eigene Darstellung nach Angaben des WDR

WDR ein flexibles Instrument zur Bewältigung des Stellenabbaus bei gleichzeitiger Qualifizierung der Mitarbeiter zur Verfügung steht, wie es nur bei einem großen Unternehmen möglich ist.

Mitarbeiterzahl und Teilzeitmodelle

Obwohl der WDR Planstellen abgebaut hat, hat sich die Zahl der Mitarbeiter nur unwesentlich verändert. Dies hängt unter anderem auch mit der Ausweitung der Teilzeitbeschäftigung zusammen. Diagramm 31 verdeutlicht, dass im Jahr 2007 die Teilzeitquote bei 17,8% lag, während im Jahr 1995 die Teilzeitquote lediglich 6,4% betrug. Bei directionsbezogener Betrachtungsweise weist die Intendanz im Jahr 2007 eine Teilzeitquote von 24,8% auf und die Direktion Produktion und Technik eine Teilzeitquote von 13,3%. Dieser Unterschied zwischen den Direktionen hängt unter anderem damit zusammen, dass eher Frauen in Teilzeit beschäftigt sind und die Direktion Produktion und Technik einen deutlich geringeren Frauenanteil hat als die Intendanz.

Festangestellte im WDR können auf verschiedene Arbeitsmodelle zurückgreifen. Zu nennen sind hier besonders die Teilzeitbeschäftigung (unbefristet und befristet Angestellter) sowie die Altersteilzeit (Teilzeitmodell oder Blockmodell). Mit Blick auf die Altersteilzeit gilt allerdings, dass ab dem 01.01.2010 keine neuen Vereinbarungen zur Altersteilzeit mehr geschlossen werden können. Die Teilzeitbeschäftigung – ohne die Altersteilzeit – beim WDR ist von 1990 bis 2007 um 70% gestiegen. Zum Vergleich: die Teilzeitbeschäftigung in Gesamtdeutschland stieg von 1990 bis 2007 um 28,47% an (Arbeitsmarkt in Zahlen – Beschäftigungsstatistik, Bundesagentur für Arbeit 2009, 3). Im Jahr 2007 waren in Deutschland 25,4% der Erwerbstätigen teilzeitbeschäftigt, mehr als jemals zuvor. Im Vergleich zu gesamtdeutschen Verhältnissen liegt der Anteil der Teilzeitbeschäftigung im WDR (17,8%) trotz des starken Zuwachses der vergangenen Jahre unterhalb des Durchschnittes.

Nach wie vor ist Teilzeitbeschäftigung eine Frauendomäne, da Frauen 83,7% der Teilzeitbeschäftigten in der Bundesrepublik ausmachen (Arbeitsmarkt 2007, Agentur für Arbeit, 88). Ähnlich gestaltet sich die Situation im Westdeutschen Rundfunk. So ist im 19. Jahresbericht der Gleichstellungsbeauftragten des WDR vermerkt, dass überproportional viele Frauen ein solches Beschäftigungsverhältnis eingehen. Rd. 81% der im WDR Teilzeitbeschäftigten sind Frauen. (WDR 19. Jahresbericht 2007, 3). Die Teilzeitbeschäftigung von Frauen im WDR hat sich seit 1998 nahezu verdoppelt. Für Männer scheint ein solches Beschäftigungsverhältnis nach wie vor keine tatsächliche Alternative zu sein. Auch nach einem Anstieg seit 2002 stagnierte die Teilzeitquote bei den männlichen Beschäftigten 2006 und sank 2007 erneut ab (WDR 19. Jahresbericht 2007, 45).

Gesondert zu betrachten ist die Altersteilzeit. Der maßgebliche Tarifvertrag, in dem die Regelungen zur Altersteilzeit und zum Vorruhestand vereinbart wurden, ist am 01.01.1999 in Kraft getreten. Zwischen den Tarifpartnern bestand nach Angaben des WDR Einigkeit darüber, dass der Gewährung von Altersteilzeit gegenüber der Gewährung von Vorruhestand Vorrang gegeben werden sollte. Dies bedeutete in der Praxis, dass die Inanspruchnahme von Vorruhestand auf die Fälle beschränkt wurde, in denen die Vereinbarung eines Altersteilzeitverhältnisses nicht in Betracht kam. In der Folge kam es zu einem starken Rückgang der Vorruhestandsverhältnisse und zu einem entsprechenden Anstieg der Altersteilzeitarbeitsverhältnisse. So gingen zwischen 1995 und 2000 insgesamt 234 WDR-Mitarbeiter in den so genannten Vorruhestand. Die Möglichkeit, in den Vorruhestand zu wechseln, existiert im WDR seit 1985. Damit reagierte die Rundfunkanstalt auf die steigende Arbeitslosigkeit seit Beginn der 1980er Jahre. Neben der Einführung des Vorruhestandes nutzte der WDR auch den Abbau von Überstunden, die Ausdehnung der arbeitsfreien Tage von 1987 an, sowie durch eine Intensivierung im

Bereich der Ausbildung einen Beitrag zum Abbau der Arbeitslosigkeit zu leisten, was nach Angaben des WDR Teil seiner Verantwortung als öffentlich-rechtlicher Arbeitgeber sei (Fohrbeck/Wiesand 1989, 48).

Die Zahl der abgeschlossenen Altersteilzeit-Vereinbarungen umfasste in den Jahren 2000 bis 2007 rd. 570 Mitarbeiter (HA Personal 2009, ATZ 1990 bis 2006). Anspruchsberechtigt sind unbefristet angestellte Mitarbeiter, die das 55. Lebensjahr vollendet haben, auf eine zwanzigjährige Beschäftigung beim Sender zurückblicken können und bei denen innerhalb der letzten fünf Jahre an mindestens drei Jahren eine Versicherungspflicht nach SGB III in der Arbeitslosenversicherung vorlag (HA Personal, Altersteilzeit 2003, 3).

Die Altersteilzeit kann als Teilzeitmodell oder als Blockmodell in Anspruch genommen werden, wobei die Mehrzahl der Altersteilzeitbeschäftigten das Blockmodell bevorzugt. Im Blockmodell wird regelmäßig in der ersten Hälfte der vereinbarten Altersteilzeit zu 100% gearbeitet, während in der zweiten Hälfte aufgrund der bereits vollständig erbrachten Arbeitsverpflichtung eine Freistellung von der Arbeit erfolgt. Während die Teilzeitarbeit ein von Frauen stark bevorzugtes Arbeitsmodell ist, stößt die Sonderform der Altersteilzeit auch bei Männern auch eine große Resonanz. Wird der Zeitraum vom 01.01.1999 bis zum 31.12.2009 betrachtet, so sind insgesamt 1.485 Anspruchsberechtigte für Altersteilzeit beim WDR beschäftigt⁵⁸. Davon nehmen 708 Beschäftigte die Altersteilzeit in Anspruch, das sind 47,7% – also nahezu die Hälfte. Von den altersteilzeitberechtigten Frauen nehmen 51,7% die Möglichkeit wahr und von den Männern 45,6%. Das Verhältnis ist also so gut wie ausgeglichen.

Stellenbesetzung

Wie oben ausgeführt, wurden in den vergangenen Jahren zwar keine neuen Stellen geschaffen, aufgrund von Stellenumschichtungen konnten aber Planstellen, die in den verschiedenen Bereichen des WDR nicht mehr benötigt wurden, für die Realisierung von Programmvorhaben und für neue zusätzliche Aufgaben aus dem Planstellenbestand erwirtschaftet und hausintern ausgeschrieben werden. Ein weiterer Anlass für Stellenausschreibungen ist der innerbetriebliche Stellenwechsel bzw. die Fluktuation. Im Jahr 2000 sind 337 Stellenausschreibungen hausintern erfolgt. Hausintern heißt, dass diese Stellen nicht öffentlich, sondern ausschließlich im WDR-Intranet oder durch Stellenaushänge ausgeschrieben werden. Für diese 337 Arbeitsplätze gingen 3.064 Bewerbungen ein. Also rd. neunmal so viele wie Stellen, davon stammten 1.726 Bewerbungen aus dem WDR, waren also interne

58 Das Angehörige der Jahrgänge 1936 bis 1952 sowie Schwerbehinderte bis Jahrgang 1954.

Bewerbungen, d.h. von Mitarbeitern, die in einem unbefristeten oder befristeten Beschäftigungsverhältnis mit dem WDR auf der Basis des Manteltarifvertrags stehen. 1.338 Bewerbungen kamen von externen Bewerbern, also von z.B. Aushilfen oder Arbeitnehmern, die auf Basis des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes beim WDR beschäftigt werden oder externen Personen, die Kenntnis von der internen Stellenausschreibung erlangt haben.

Im Jahr 2005 wurden 215 Arbeitsplätze hausintern ausgeschrieben. Darauf bewarben sich 1.734 Personen (1008 interne Bewerber, 726 externe Bewerber), das sind rd. achtmal so viele wie Arbeitsplätze. Im Jahr 2007 wurden 233 hausinterne Stellenausschreibungen veröffentlicht. Hierauf gingen 1.855 Bewerbungen ein (1.118 interne Bewerber, 737 externe Bewerber). Wiederum haben sich rd. achtmal mehr Personen beworben als Arbeitsplätze zu besetzen waren. Eine Beschäftigung beim WDR ist also sowohl für die bereits beschäftigten Mitarbeiter als auch für externe sehr attraktiv. Die Chancen, einen der begehrten Arbeitsplätze zu bekommen, sind aber eher gering.

Zur Attraktivität der Beschäftigung beim WDR mag neben der Beschäftigung in einem interessanten Arbeitsfeld beitragen, dass der WDR als großes Unternehmen eine Reihe von Sozialleistungen bietet, die bei Unternehmen, die eher kleine Mitarbeiterzahlen haben, nicht üblich sind. Zu diesen Leistungen gehören unter anderem Maßnahmen zur Verbesserung des Verhältnisses von Familie und Beruf. Der WDR bietet hier:

- regelmäßige Betreuung in Kindertageseinrichtungen differenziert in unter Dreijährige und Kinder zwischen 3 und 6 Jahren,
- Notfallbetreuung (Notfallplätze in Kindertagesstätte, Eltern-Kind-Zimmer, Betreuung des Kindes am Arbeitsplatz, Heimarbeit, letzteres nur mit Genehmigung des Vorgesetzten),
- Betreuung in den Schulferien.

Weiter bietet der WDR Telearbeitsplätze, bei denen mindestens 50% des Arbeitsumfangs zu Hause erbracht werden müssen bzw. können.

Ein weiterer Aspekt ist die Beschäftigung von Menschen mit Behinderungen. Einem Bericht an den Rundfunkrat ist zu entnehmen, dass der WDR bis zum Jahr 2001 der laut SGB IX vorgeschriebenen Quote von mindestens 5% schwerbehinderten Beschäftigten nachgekommen ist. Seither wird diese Quote nicht mehr erreicht.

Als Gründe für die sinkende Quote an schwerbehinderten Beschäftigten werden ausgeführt:

- geänderte Berechnungsparameter, weshalb Schwerbehinderte mit ruhenden Beschäftigungsverhältnissen in der Regel wegen Berufsunfähigkeit nicht mehr mitgezählt werden,
- strengere Maßstäbe der zuständigen Stellen bei der Anerkennung einer Schwerbehinderung,
- keine Beantragung der Schwerbehinderung durch die beschäftigte Person,
- keine Bewerbungen von Schwerbehinderten auf bei der Bundesagentur für Arbeit gemeldete Stellen für Schwerbehinderte.

Obwohl weniger als 5% Schwerbehinderte beschäftigt werden⁵⁹, war der WDR nicht zur Zahlung einer Ausgleichsabgabe verpflichtet, da er in entsprechendem Maße Aufträge an sogenannte beschützte Werkstätten vergeben hat.

Weiter weist der WDR in Ausschreibungen bzw. für Traineeprogramme ausdrücklich darauf hin, dass er die kulturelle Vielfalt in seinem Unternehmen fördert und daher Bewerbungen von Menschen mit ausländischer Herkunft begrüßt. Kulturelle Vielfalt ist für den WDR also nicht nur Gegenstand des Programms, wie u.a. Funkhaus Europa belegt, sondern auch hinsichtlich der Belegschaft ein wichtiges Ziel. Auf den „CIVIS-Preis“, eine weitere Maßnahme zur Förderung der kulturellen Vielfalt, wird noch an anderer Stelle eingegangen.

Beschäftigte der Regionalstudios

Wie bereits dargestellt, hat der WDR in den 1990er Jahren die Regionalisierung durch die Etablierung von Regionalstudios vorangetrieben. Für den Ausbau der Regionalberichterstattung waren unternehmensintern strukturelle Veränderungen notwendig, da ein qualitativ hochwertiges Programm nur mit dem Einsatz des entsprechenden Personals produziert werden kann. Der programmlichen Entscheidung mussten WDR-interne Personalveränderungen folgen. Im Zuge des gleichzeitig stattgefundenen Abbaus an Planstellen musste der Ausbau der Regionalisierung im Wesentlichen aus dem Planstellenbestand des WDR und damit ohne größere Planstellenerweiterungen realisiert werden.

59 Im Jahr 2002 waren 3,44% Schwerbehinderte beschäftigt, im Jahr 2003 3,3%, im Jahr 2004 3,4%, im Jahr 2005 3,33%, im Jahr 2006 3,3% und im Jahr 2007 3,54%.

Meilensteine der Regionalisierung im WDR Fernsehen und Planstellenentwicklung

Der erste Meilenstein der Regionalisierung im WDR Fernsehen waren im Jahr 1984 drei sogenannte Fensterprogramme und zwar: Dortmund, Münster/Bielefeld und Köln/Düsseldorf. Sie wurden an vier Tagen die Woche für jeweils 15 Minuten ausgestrahlt. Bereits im März 1985 wurde das Fenster Münster/Bielefeld getrennt und im Oktober 1985 das Fenster Köln/Düsseldorf. Es entstanden so fünf Fenster. Im Jahr 1991 wurde ein sechstes Fenster eingerichtet und zwar für Südwestfalen, hierfür kamen die Sendungen zunächst aus dem Studio Dortmund. Für den gesamten Prozess von 1984 bis 1991 wurden nur zum Teil neue Stellen eingerichtet.

Aus den Fensterprogrammen ging die Sendung „Lokalzeit“ hervor, heute an sechs Tagen mit einer Länge von jeweils 35 Minuten gesendet⁶⁰, das ist ein Sendevolumen von 1.600 Sendeminuten/pro Woche (neunmal so viel wie in den Anfängen).

Ein größerer Planstellenbedarf entstand mit den am 6. November 2000 gestarteten Metropolenfenstern WDRpunktKöln und WDRpunktDortmund⁶¹. Hierfür wurden 62 Planstellen benötigt, die durch Planstellenverlagerungen erwirtschaftet wurden. Dabei wurden 23 Stellen aus dem ehemaligen Studio Bonn verlagert, 14 Planstellen aus der Fernsehdirektion, 8 Planstellen aus der Direktion Produktion und Technik. Weitere 17 Planstellen wurden dadurch erzielt, dass sie nicht in die WDR Gebäudemanagement GmbH verlagert wurden.

Zum 01.02.2007 wurden zwei neue Lokalzeiten aus dem Studio Bonn und Duisburg eingeführt. Hierfür wurden zusammen 51 Planstellen benötigt. Dieser Planstellenbedarf sowie weitere 15 Planstellen für die Verlagerung von Programmaufgaben des WDR Fernsehens nach Dortmund, Paderborn und Bielefeld wurden durch Umschichtungen aus dem Bestand bereitgestellt.

Heute sind insgesamt 565 Mitarbeiter inklusive der Teilzeitbeschäftigten in der regionalen Berichterstattung tätig. Das sind 12,5% der Gesamtbelegschaft. Für die jeweiligen Regionen ist die Verlagerung von Planstellen des WDR an die Regionalstandorte auch aus kulturwirtschaftlicher Sicht von Bedeutung. Ebenso entfalten

60 Montags bis freitags gibt es von 18.00 bis 18.05 Uhr eine Kurzausgabe der „Lokalzeit“ und montags bis samstags von 19.30 bis 20.00 Uhr die normale Ausgabe.

61 Die Metropolenfenster wurden zwischenzeitlich wieder eingestellt.

die Regionalstudios eine Wirkung für das kulturelle Leben vor Ort, auf die noch eingegangen wird.

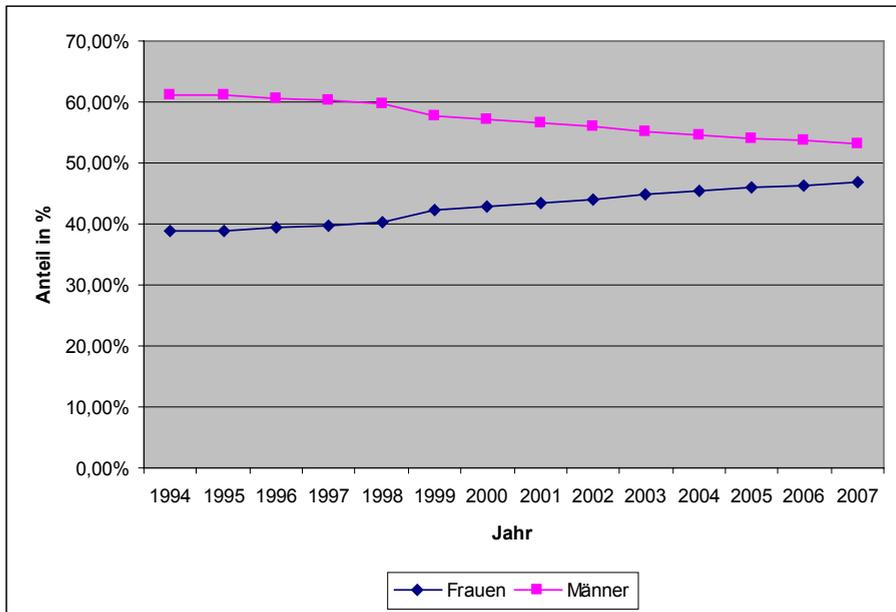
Frauenbeschäftigung im WDR

In dem zu Anfang des Jahres 2009 erschienenen Gutachten zur gesamtdeutschen Kultur- und Kreativwirtschaft wurde angeführt, dass der Frauenanteil in der Kultur- und Kreativwirtschaft überdurchschnittlich hoch sei, eine tiefer gehende Betrachtung aber noch ausstehe (Kultur- und Kreativwirtschaft 2008, 68). „Insgesamt wird aus den wenigen Daten ersichtlich, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft in zunehmendem Maße ein wichtiger Beschäftigungs- und Tätigkeitsmarkt für Frauen wird.“ (Kultur- und Kreativwirtschaft 2008, 70).

Im WDR legt die Gleichstellungsbeauftragte regelmäßig einen Bericht über den Stand der Gleichstellung im WDR vor. Gleichstellung dauert. Sie kann nicht innerhalb weniger Jahre erfolgen, sondern ist ein fortschreitender Prozess. Es galt zu Beginn der 1990er Jahre Rahmenbedingungen zu schaffen, durch die ein ausgewogenes „Geschlechterverhältnis“ gewährleistet werden sollte. Vorerst wurden in einer so genannten Dienstanweisungen eine erste Grundlage zur Frauenförderung festgelegt. Eine Vielzahl der ARD-Anstalten arbeitete bereits zu Beginn der 1990er Jahre mit solchen Anweisungen. Der WDR schuf diese wichtige Basis für die Arbeit der Frauen- und Gleichstellungsbeauftragten als erste Landesrundfunkanstalt im Jahr 1989. (http://www.wdr.de/unternehmen/basis_struktur/gleichstell.jhtml; Zugriff: 22.04.2009) In ihren Zielsetzungen erweitert wurde die Dienstanweisung des WDR im Zuge der Umsetzung des NRW-Landesgesetzes zur Gleichstellung von Frauen und Männern. Der WDR passte seine Regelungen 2002 den gesetzlichen Vorgaben entsprechend an. Seitdem wird der Frauenförderplan im Drei-Jahres-Rhythmus fortgeschrieben.

Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, aber auch die Einstellung von Mädchen/Frauen in so genannten Männerberufen oder die Schulung in speziellen Führungskräfte-seminaren sind wichtige und zielführende Initiativen, um dem Ziel eines ausgewogenen Geschlechterverhältnisses näher zu kommen. Durchaus selbstkritisch wird in dem 19. Jahresbericht der Gleichstellungsbeauftragten vermerkt, dass die „Zielsetzung von mehr Teilnehmerinnen bei der klassischen Führungskräfte-schulung“ nicht erreicht wird (19. Jahresbericht der Gleichstellungsbeauftragten, 2008, 3). Zu den Maßnahmen der Frauenförderung zählen unter anderem speziell auf die Belange von Frauen zentrierte Veranstaltungen und Fortbildungen sowie gezielte Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie (Frauenförderplan des Westdeutschen Rundfunks zur beruflichen Gleichstellung von Frauen und Männern und zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie vom 22.12.2008).

DIAGRAMM 32: Anteil von Frauen und Männern an den Beschäftigten des WDR in den Jahren 1994 bis 2007

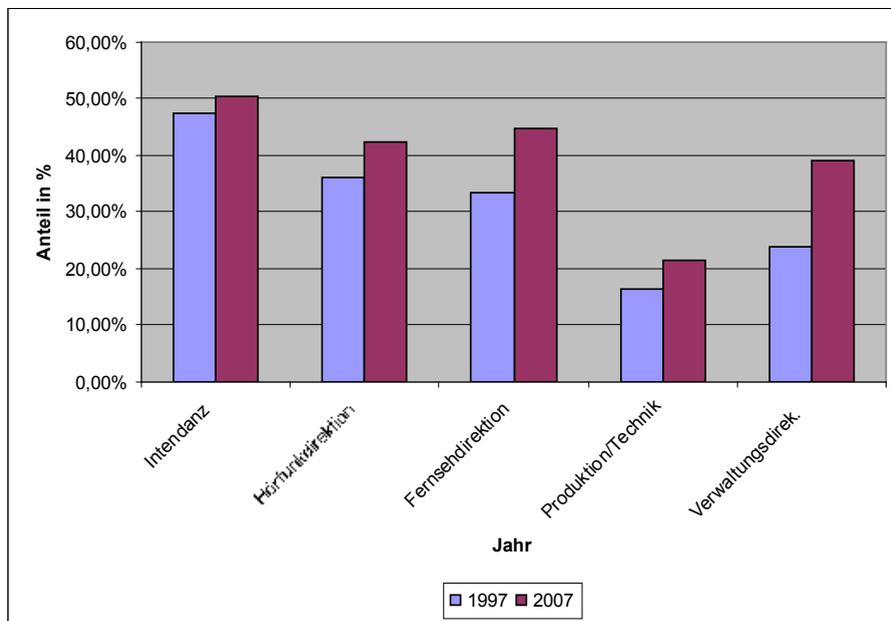


Eigene Darstellung nach 19. Jahresbericht der Gleichstellungsbeauftragten 2007, 18

Diagramm 32 macht anschaulich, dass seit dem Jahr 1994 der Frauenanteil stetig gestiegen und der Männeranteil entsprechend gesunken ist. Die Bemühungen des WDR um die Gleichstellung tragen also Früchte.

Ein besonderes Anliegen ist die Entwicklung von weiblichen Führungskräften. Der WDR unterstützt die leitenden Mitarbeiter mit dem für den WDR entwickelten Führungskräfteentwicklungsprogramm „Führen im WDR“ sowie mit Führungsinstrumenten wie z.B. dem Mitarbeiter- und Zielvereinbarungsgespräch, Coaching und Teamtrainings. Im Rahmen der gezielten Nachwuchsgewinnung weiblicher Führungskräfte hat der WDR zudem ein Seminar eingeführt, das sich speziell an Mitarbeiterinnen des WDR richtet, die an der Übernahme einer Führungsfunktion interessiert oder als potenzielle Führungskräfte identifiziert worden sind. In dem Seminar „Frauen und Führung“ haben die Teilnehmerinnen Gelegenheit, sich intensiv mit den Anforderungen einer Führungsrolle auseinanderzusetzen und den eigenen Standort zu bestimmen.

DIAGRAMM 33: Vergleich des Frauenanteils in den Vergütungsgruppen IV bis außertariflich im WDR in den Jahren 1997 und 2007



Eigene Darstellung nach 19. Jahresbericht der Gleichstellungsbeauftragten 2007, 23

Die Gleichstellungsbeauftragte hat in ihrem 19. Bericht die Besetzung von Führungspositionen in den verschiedenen Bereichen des WDR mit Frauen und Männern im Jahr 2007 mit der des Jahres 1997 verglichen. Diagramm 33 wurde auf der Grundlage dieser Daten erstellt. Dem Diagramm ist zu entnehmen, dass in allen fünf Direktionen⁶² der Frauenanteil im oberen Vergütungsgefüge⁶³ gestiegen ist. Besonders deutlich wird dies in der Verwaltungsdirektion. Hier ist ein echter Sprung festzustellen. Nach wie vor unterrepräsentiert sind Frauen in Führungspositionen in der Direktion Produktion und Technik. Hier muss allerdings zugestanden werden, dass nach wie vor Frauen zu einem kleineren Teil eine Ausbildung in technischen Disziplinen durchlaufen und von daher ein geringeres Reservoir an Frauen für Führungspositionen vorhanden ist. Um Mädchen für technische Berufe

62 Die Zahlen der Technischen Direktion und Produktion Fernsehen aus dem Jahr 1997 waren bereits in der Ausgangstabelle addiert.

63 Es handelt sich um die Vergütungsgruppen AT (außertariflich) bis Vergütungsgruppe IV.

zu interessieren, beteiligt sich der WDR am jährlich stattfindenden „Girls Day“. Darüber hinaus haben ARD und ZDF den ARD/ZDF-Förderpreis für exzellente Abschlussarbeiten von Frauen in den Ingenieurwissenschaften ausgelobt.

4.2 Aus-, Fort- und Weiterbildung im WDR

Die Spanne der unterschiedlichen Berufsgruppen im WDR reicht weit. Neben der Ausbildung in medientypischen Berufen wie Filmcutter, Regisseur oder Mediengestalter bietet der WDR auch Ausbildungsmöglichkeiten in weniger medientypischen Berufen an. Hierzu zählen z.B. auch die Ausbildung zum Kaufmann für Bürokommunikation oder zu Kraftfahrzeugmechatronikern. Über viele der 100 unterschiedlichen Berufe können sich Interessierte über die Internetseite des Senders informieren (<http://www.wdr.de/unternehmen/karriere/ausbildung/index.jsp>; Zugriff: 19.11.2009). Der WDR bildet in 19 Berufen nach dem Berufsbildungsgesetz (BBiG) aus, bietet 8 verschiedene Volontariate und 4 Trainee-Programme an. Letztere richten sich an Hochschulabsolventen.

Klassische Berufe in einem Medienunternehmen wie dem WDR, die jedem Leser sofort einfallen, sind Regisseur, Reporter, Toningenieur, Kameramann oder Kabelträger. Neben den vielen Fachleuten gibt es auch echte Spezialisten innerhalb des WDR. Wer hätte gedacht, dass die Sendung „Zimmer frei!“ einen eigenen Spieleautor hat? Klar, es erschließt sich beim Reflektieren sofort, dass sich Götz Alsmann und Christine Westermann nicht vor den Sendungen in ihr Kämmerlein zurückziehen, um über Bürostuhl-Rennen oder Holznagel-Wettbewerbe nachzudenken. Wenn ein Mini-Schwein für eine Fernsehsendung vom Zoll abzuholen ist oder ein geeignete Badewanne samt Hotelzimmer für den Dreh mit einem trainierten Seehund gefunden werden muss, dann sind die Einkäuferinnen vom WDR gefragt. Neben solchen exotisch anmutenden Berufen arbeiten Dokumentare und Rechercheure mit Archivbeständen des Senders, Datenredakteure statten die Fernseh- und Radiobeiträge mit Fakten aus, Techniker setzen die Moderatoren ins rechte Licht, Musiker treten als Mitglieder der Klangkörper öffentlich auf oder spielen Stücke für Tonträgerproduktionen ein und Kameramänner halten die aktuellen Ereignisse für Nachrichtenmagazine fest oder sind am Dreh eines Kulturbeitrags beteiligt. Die Aufzählung der beteiligten Berufsgruppen ließe sich schier endlos weiter fortsetzen.

Um seinen Bedarf an Fachkräften in den verschiedenen Tätigkeitsfeldern zu decken, bildet der WDR in einem sehr umfangreichen Maß aus. Während die Summe aller Volontäre, Trainees, Auszubildenden, Praktikanten und Hospitanten im Jahr 1990 noch bei 659 lag, stieg die Anzahl im Jahr 2007 auf 944. Hinzu kommt eine Vielzahl an Schülerpraktika. Die medieninteressierten Jugendlichen finden hier sehr konkrete und zielgerichtete Möglichkeiten, sich über Medienberufe zu informieren bzw. in der Medienwelt Fuß zu fassen.

Im Bereich der Ausbildung wird je nach Voraussetzung und Zielgruppe zwischen folgenden Angeboten unterschieden:

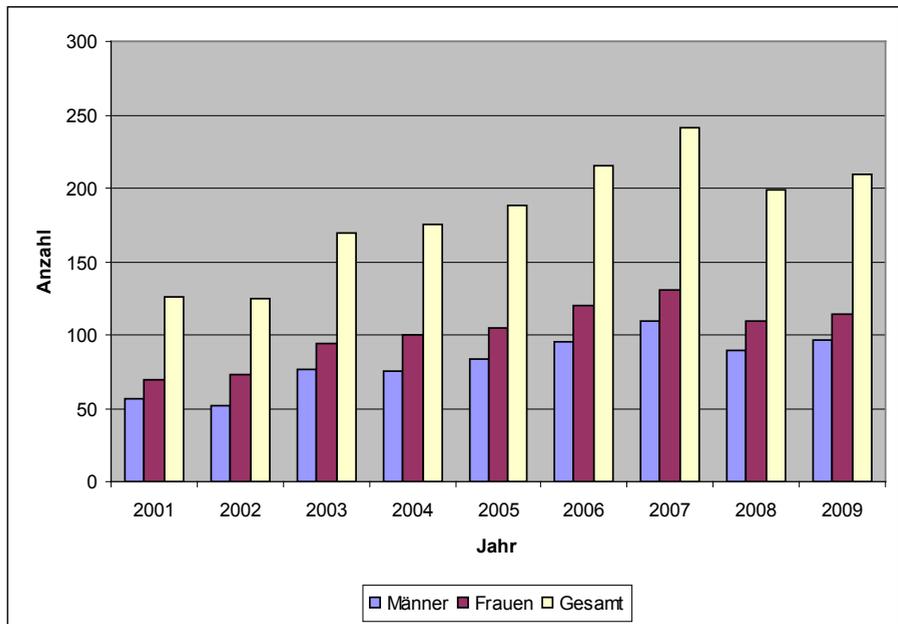
- **Praktika.** Diese richten sich sowohl an Schüler als auch an Studierende. Entsprechend der Zielgruppe variieren Konditionen und Dauer des Praktikums.
- **Volontariate und Trainee-Programme.** Diese richten sich an Hochschulabsolventen. Je nach Berufsbild bzw. Programm bestehen unterschiedliche Auswahlbedingungen.
- **Ausbildungen nach dem Berufsbildungsgesetz.** Diese richten sich an junge Menschen, die je nach Berufsbild über einen Hauptschulabschluss, die Fachoberschulreife, Fachabitur oder Abitur verfügen müssen. Der WDR bildet in 7 Berufsbildern aus, für die ein guter Hauptschulabschluss als Zugangsvoraussetzung reicht.

Auszubildende nach dem Berufsbildungsgesetz

Neben handwerklichen und künstlerischen Ausbildungen, wie z.B. Bühnenmaler oder -plastiker, gibt es Ausbildungen als IT- und Nachrichtentechniker, kaufmännische und dokumentarische Ausbildungen sowie Ausbildungen in Medientechnik und Grafik. Aktuell werden Ausbildungen in 19 Ausbildungsberufen⁶⁴ nach dem BBiG angeboten. Nicht in jedem Ausbildungsberuf kann in jedem Jahr eine Ausbildung begonnen werden.

64 Dabei handelt es sich um folgende Ausbildungsberufe: Bühnenplastiker, Fachangestellter für Markt- und Sozialforschung, Fachangestellter für Medien- und Informationsdienste, Fachinformatiker in Fachrichtung Anwendungsentwicklung, Fachinformatiker in Fachrichtung Systemintegration, Fachkraft für Kurier-, Express- und Postdienstleistungen, Fachkraft für Veranstaltungstechnik, Informationselektroniker Schwerpunkt Geräte und Systemtechnik, Kaufmann für audiovisuelle Medien, Kaufmann für Bürokommunikation, KFZ-Mechatroniker, Maler und Lackierer, Maskenbildner, Mediengestalter Bild und Ton, Mediengestalter Digital und Print, Raumausstatter, Tischler, Veranstaltungskaufleute.

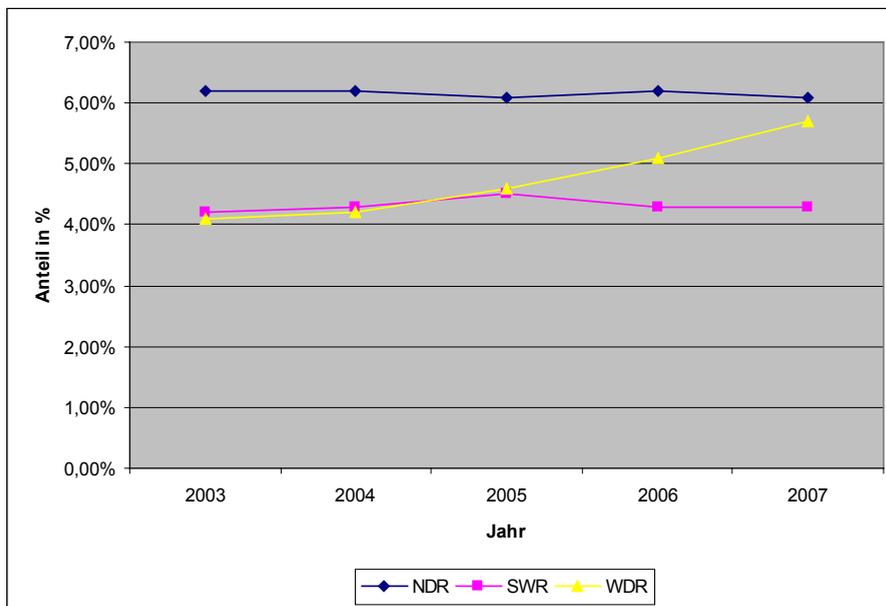
DIAGRAMM 34: Auszubildende nach dem Berufsbildungsgesetz in den Jahren 2001 bis 2009



Eigene Darstellung nach Berufsbildungsbericht 2005, 2007 und Angaben HA Personal

Diagramm 34 veranschaulicht, dass die Zahl der Auszubildenden nach dem Berufsbildungsgesetz im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts stetig zugenommen hat. Eine Spitze wurde im Jahr 2007 erreicht. Auch wenn in den Jahren 2008 und 2009 die Zahl der Auszubildenden gesunken ist, liegt sie immer noch über dem Wert von 2005. Über den gesamten Zeitraum hinweg übersteigt die Zahl der weiblichen Auszubildenden die der männlichen. Der WDR nimmt damit seine gesellschaftliche Verantwortung als gemeinwohlorientiertes Unternehmen in der Ausbildung junger Menschen wahr. Bemerkenswert ist die hohe Zahl an Auszubildenden nach dem Berufsbildungsgesetz auch vor dem Hintergrund, dass der WDR Planstellen abgebaut hat. Trotz dieses Planstellenabbaus hat der WDR seine Kapazitäten in der Ausbildung erhöht. Der Anteil der Auszubildenden nach dem BBiG ist beim WDR in den Jahren 2003 bis 2007 kontinuierlich gestiegen. Er ist im Vergleich

DIAGRAMM 35: Anteil der Auszubildenden nach dem BBiG an den besetzten Planstellen beim NDR, SWR und WDR in den Jahren 2003 bis 2007



Eigene Darstellung nach ARD-Jahrbuch 2004/05, 2005, 2006, 2007, 2008 und WDR-Berufsbildungsbericht 2007

zum NDR und zum SWR⁶⁵ inzwischen nicht nur die ARD-Anstalt mit den meisten Auszubildenden nach dem BBiG⁶⁶, sondern, wie aus Diagramm 35 ersichtlich ist, auch die Anstalt, die kontinuierlich den Anteil der Auszubildenden nach dem BBiG an den besetzten Planstellen erhöht hat. Inzwischen ist der Anteil der Auszubildenden an den besetzten Planstellen beim WDR fast so hoch wie beim NDR.

Bei den Auszubildenden in den verschiedenen Ausbildungsberufen zeigt sich eine klare geschlechtsspezifische Verteilung. Diese Verteilung hat wiederum Aus-

65 Da im WDR Bildungsbericht keine Daten zum BR enthalten sind, kann an dieser Stelle kein Vergleich mit den Ausbildungsaktivitäten des BR angestellt werden.

66 Auszubildende nach dem BBiG: NDR 2003: 215, 2004: 217, 2005: 212, 2006: 215, 2007: 208; SWR 2003: 154, 2004: 156, 2005: 163, 2006: 157, 2007: 151; WDR 2003: 170, 2004: 175, 2005: 188, 2006: 215, 2007: 241.

wirkungen auf die Besetzung von Arbeitsplätzen und den Frauenanteil in den verschiedenen Direktionen.

Typische Männerberufe, also solche, in denen mehr männliche als weibliche Auszubildende zu finden sind, sind beim WDR: Berufskraftfahrer, Fachinformatiker Anwendungsentwicklung, Fachinformatiker Systemintegration, Fachkraft für Veranstaltungstechnik, Informationselektroniker Schwerpunkte Geräte- und Systemtechnik. Typische Frauenberufe, also solche mit einem höheren Anteil weiblicher Auszubildender sind: Bühnenmalerin, Bühnenplastikerin, Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste, Fotomedienlaborantin, Kauffrau für audiovisuelle Medien, Kauffrau für Bürokommunikation, Maskenbildnerin, Raumausstatterin. Berufe, in denen etwa gleich viele Frauen und Männer ausgebildet werden, sind: Mediengestalter Bild und Ton, Maler und Lackierer, Tischler.

Die Qualität der Ausbildung im WDR zeigt sich u.a. darin, dass es seit 1993 kein Jahr gibt, in dem nicht zumindest ein Auszubildender als Innungsbester oder teilweise auch Kammerieger für das jeweilige Ausbildungsjahr abschließt. Diese Auszeichnungen und der gute Ruf, den eine Ausbildung beim WDR genießt, sind vor allem für jene Auszubildenden wichtig, die nach Abschluss der Ausbildung vom WDR nicht übernommen werden. Seit 2003 konnte die Übernahmequote kontinuierlich gesteigert werden. So wurden im Jahr 2003 56% der Prüflinge übernommen, im Jahr 2004 64,4%, im Jahr 2005 59,5%, im Jahr 2006 65,9%, im Jahr 2007 68,0% und im Jahr 2008 74,5%. Möglich wurde diese hohe Übernahmequote durch eine Haushaltsermächtigung, nach der Auszubildende im Anschluss an die Ausbildung für einen begrenzten Zeitraum neben dem Stellenplan beschäftigt werden können. Es handelt sich dabei um befristete Verträge. In Zukunftsberufen wie Mediengestalter Bild und Ton sowie Fachinformatiker konnte ein Großteil aller Auszubildenden übernommen werden. In anderen Berufen wie z.B. Tischler oder Fotolaboranten bildet der WDR über seinen Bedarf hinaus aus. Die ausgebildeten Fachkräfte haben in der Regel gute Chancen auf dem Arbeitsmarkt.

Volontäre und Trainees

Neben der Ausbildung nach dem Berufsbildungsgesetz bereitet der WDR über Trainee-Programme und Volontariate ausgebildete Akademiker für Aufgaben im

Sender aus. Die Mehrzahl der Volontariate und Trainee-Programme dauert 18 Monate. Ein begehrtes Volontariat ist das Programmvolontariat. Bewerber müssen sich einem mehrstufigen Auswahlverfahren stellen. Neben dem Erstellen und Sprechen von Nachrichten müssen die Anwärter auch einen Allgemeinbildungstest bestehen. Von den mehr als 500 Bewerbungen von Nachwuchsjournalisten, die 2008 eingingen, wurden durch dieses Auswahlverfahren die Besten ermittelt und dem weiteren Bewerbungsverfahren zugeführt.

Volontariate werden angeboten in den Bereichen:

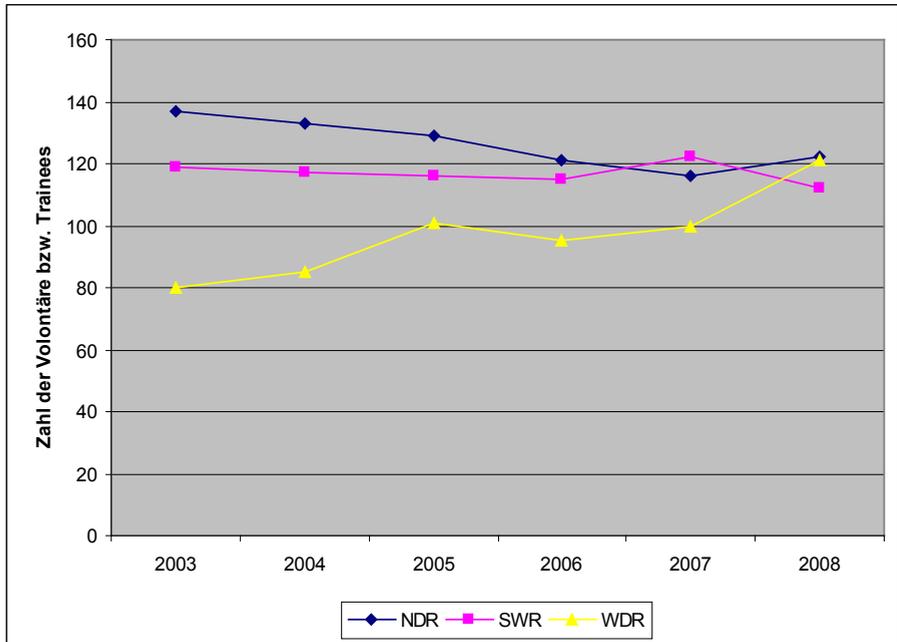
- Grafik,
- Kostümbild,
- Produktionsdesign,
- Programm,
- Requisite,
- Szenenbild,
- Wissenschaftliche Dokumentation,
- Aufnahmeleitung im Rahmen der Ausbildungsgemeinschaft für Medienberufe.

Trainee-Programme finden in folgenden Bereichen statt:

- 1LIVE-Musikredaktion,
- Verwaltung,
- Produktion und Technik.

Der überwiegende Teil der Volontäre (51%) wird im Programm ausgebildet. Das ist inzwischen der klassische Weg in einen redaktionellen Beruf, sei es im Rundfunk oder auch bei Printmedien. Der Hörfunkdirektor des WDR Wolfgang Schmitz erinnert in seinem Beitrag „Öffentlich-rechtlicher Rundfunk – Was wären wir ohne Geisteswissenschaftler?“ bei der Tagung des Deutschen Kulturrates zum Jahr der Geisteswissenschaften 2007 „Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler“ daran, dass die erste Generation programmprägender Persönlichkeiten des öffentlichen Rundfunks aus großen Zeitungshäusern kam. Erst Anfang der 1970er Jahre begann die systematische Ausbildung von Programm-Mitarbeitern im öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Schmitz 2008, 137). Heute wird von Bewerbern für ein Volontariat beim WDR erwartet, dass sie bereits erste journalis-

DIAGRAMM 36: Volontäre und Trainees beim NDR, SWR und WDR
in den Jahren 2003 bis 2007



Eigene Darstellung nach Bildungsbericht 2007

tische Erfahrungen, sei es durch Praktika, Hospitanzen oder freie Mitarbeit, bei Hörfunk und Fernsehen erworben haben.

Diagramm 36 kann entnommen werden, dass der WDR seine Kapazitäten für Volontäre und Trainees in den Jahren 2003 bis 2008 ausgebaut hat. Der SWR hat ebenfalls bis zum Jahr 2007 die Kapazitäten ausgebaut, im Jahr 2008 aber zurückgefahren. Der NDR, der zunächst die meisten Volontäre und Trainees ausgebildet hat, fährt seine Kapazitäten seit 2003 zurück. Im Jahr 2008 sind der NDR und der WDR gleichauf, hinsichtlich der Beschäftigung von Volontären und Trainees. – Anzumerken ist, dass der WDR aufgrund der gesellschaftspolitischen Situation (Jugendarbeitslosigkeit/Lehrstellenlücke) eine Priorität auf den Ausbau der Ausbildung nach dem BBiG gelegt hat. In diesem Bereich wurden die übrigen Rundfunkanstalten seit 2007 übertroffen. Mit Blick auf Volontäre und Trainees hat der WDR nun nachgezogen.

Weitere Ausbildungsangebote

Über die genannten Ausbildungsangebote im Rahmen des Berufsbildungsgesetzes besteht für Juristen mit dem 1. Staatsexamen die Möglichkeit, eine der Wahlstationen im Justizariat des WDR abzuleisten. Darüber hinaus bietet der WDR sowohl für Studierende als auch für Schüler an, ein Pflichtpraktikum beim WDR abzuleisten. Daneben besteht für Studierende die Gelegenheit, in den Semesterferien zu hospitieren. Diplomanden wird die Chance geboten, im Rahmen eines betreuten Praktikums ihre Diplomarbeit beim WDR zu schreiben. Zur Förderung der kulturellen Vielfalt hat der WDR eine spezielle Talentwerkstatt „WDR grenzenlos“ ausgeschrieben. Dieses Programm richtet sich an Menschen mit Migrationshintergrund in den folgenden Berufen: Journalisten, Kameraleute, Mediengestalter aber auch Studierende und Absolventen des Studiengangs Kamera oder Photoingenieurwesen mit dem Schwerpunkt Kamera. Ein abgeschlossenes Grundstudium ist bei diesen Bewerbern Voraussetzung. Im Rahmen der Talentwerkstatt „WDR grenzenlos“ absolvieren die Teilnehmer eine vierwöchige Hospitanz in verschiedenen Bereichen des WDR und besuchen drei Wochen lang Grundlagenseminare. Die Ergebnisse der Talentwerkstatt werden zum Abschluss den Führungskräften des WDR präsentiert.

Behinderte Menschen haben die Möglichkeit, eine Integrationshospitanz beim WDR zu machen, um berufspraktische Erfahrungen zu sammeln.

Zusammenarbeit mit Hochschulen

Der WDR strebt nach eigenen Angaben keine Zusammenarbeit mit einzelnen Hochschulen an, um offen für alle Fragestellungen und Themen aus diesem Umfeld zu sein. Er geht dabei einen anderen Weg als der RBB, der eine Kooperation mit der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolff (HFF) in Potsdam-Babelsberg geschlossen hat. Die Abschlussfilme der Absolventen der HFF werden entweder in Kooperation mit dem RBB oder auch anderen Rundfunkanstalten produziert. In interdisziplinären Teams sollen die Studierenden der HFF im Studium zugleich die Mühen der Fernsehproduktion kennen lernen. Die Ausbildung in der HFF zielt darauf ab, dass die Absolventen einen Arbeitsplatz im Fernsehmarkt finden. Sie sollen auch darauf vorbereitet werden, dass sie unter Umständen Abstriche hinsichtlich ihres künstlerischen Anspruchs machen müssen. Der WDR war bei verschiedenen Abschlussfilmen von HFF-Studierenden Kooperationspartner und zeigt damit seine Verantwortung für die junge Generation der Fernseh- und Filmemacher.

Einen anderen Weg als die HFF geht die Kunsthochschule für Medien in Köln. Sie hat eine stärker kunstzentrierte Ausbildung. Dietrich Leder führt im Interview aus: *„Bereits bei der Gründung der Kunsthochschule für Medien im Jahr 1990 gab es den Konsens, dass sie mit diesem großen und bedeutenden öffentlich-rechtlichen Sender*

zusammenarbeiten müsse, ohne sich – und das war auch eine gewisse Befürchtung – von ihm abhängig zu machen.“ (Leder im Anhang) Leder schränkt aber zugleich ein, dass „sich die Kunsthochschule als Laboratorium bezeichnet. Sie versteht sich nicht als simple Produktionsstätte, die dem Sender zuliefert. Die Filme und Sendungen, die hier entstehen, können vom WDR (oder auch einem anderen Sender) ausgestrahlt werden, wenn es denn Interesse gibt, aber sie müssen es nicht.“ (Leder im Anhang) Leder führt weiter aus: „Die Studierenden sollen sich in der KHM zu Künstlerpersönlichkeiten mit eigener Handschrift entwickeln können. Aber sie sollen Bescheid wissen, auf welchem Markt sie als Künstler zukünftig tätig sein werden.“ (Leder im Anhang) Als ein Beispiel für eine konkrete Kooperation nennt er den Wettbewerb „Kurz & Schön“, an dem sich der WDR als Mitveranstalter inhaltlich und finanziell beteiligt. Weiter führt er die Produktion von zwei Sonderfolgen für die „Lindenstraße“ an.

Fort- und Weiterbildungsangebote

Der WDR legt jährlich einen Bildungsbericht vor. Der Bildungsbericht gibt zum einen über die Ausbildung im WDR und zum anderen zur Weiterbildung Auskunft. Dabei werden neben Statistiken zu den Bildungstagen pro Mitarbeiter auch die Kosten für die Fort- und Weiterbildung im WDR ausgewiesen. Darüber hinaus geben die Bildungsberichte auch Auskunft über Schwerpunkte in den Bildungsangeboten.

Im Rahmen der beruflichen Fortbildung werden zahlreiche Seminare angeboten. Inhalte sind u.a. journalistisches Handwerk, Redaktionsmanagement, Arbeiten mit dem Internet, Kommunikationstechniken, Arbeitsmethodik, Programm- und Medientrends und vieles mehr. Neben der internen Fortbildung besteht eine Zusammenarbeit mit der ARD-ZDF-Medienakademie, die eine rundfunkspezifische Fortbildung mit Fokus auf öffentlich-rechtliche Anstalten anbietet. Darüber hinaus werden mit externen Anbietern Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen, wie EDV-Schulungen, angeboten.

Zwei Schwerpunkte in der Fort- und Weiterbildung sollen im Folgenden herausgegriffen werden:

- ✦ Fortbildungsbedarf aufgrund des demografischen Wandels,
- ✦ Fortbildung aufgrund der Digitalisierung.

Die Änderungen durch den demografischen Wandel machen natürlich auch vor dem WDR nicht halt. Um auf diese Entwicklungen vorbereitet zu sein und in einer älter werdenden Mitarbeiterschaft nicht nur ein Problem zu sehen, sondern dies

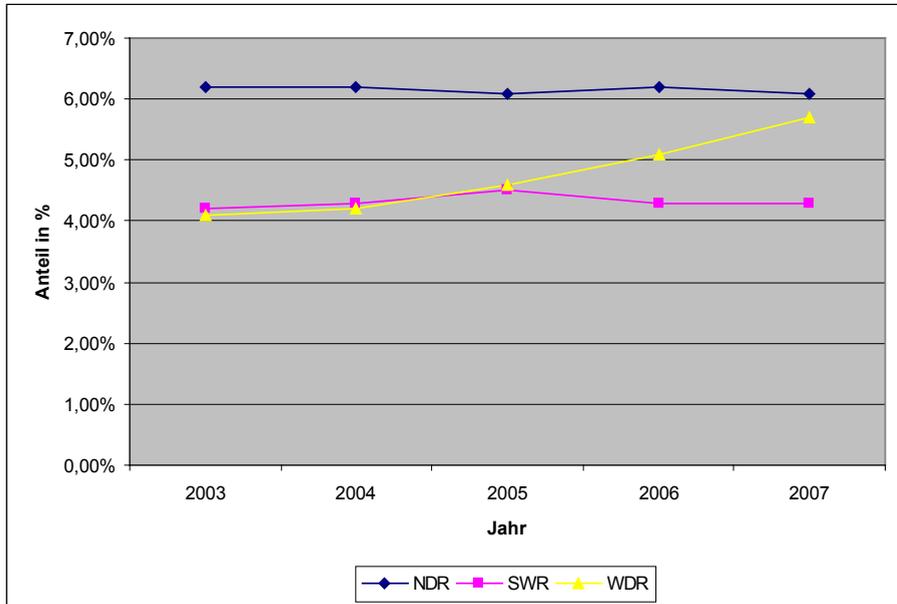
auch als Chance zu begreifen, konzipierte der WDR einen Maßnahmenkatalog, in dem den veränderten Ansprüchen einer älter werdenden Mitarbeiterstruktur Rechnung getragen wird. Hieraus wird ersichtlich, dass in Zukunft verstärkt auf eine neu ausgerichtete Gesundheitspolitik geachtet werden muss. Vor dem Hintergrund einer positiven Haltung gegenüber der Leistungsfähigkeit der älteren Mitarbeiter wurden bereichsspezifische Altersstatistiken erstellt. Besonders im Bereich der Weiterbildung werden die spezifischen Ansprüche älterer Menschen Berücksichtigung finden. So sollen zum Beispiel Lernpatenschaften mit jüngeren Mitarbeitern Ältere für Neuerungen im technischen Bereich fit machen.

Die Digitalisierung erfordert ein gegebenes Maß an technischen Fortbildungen auf Seiten der Mitarbeiter. Erste Anzeichen der Umstellung von analog auf digital lassen bereits die Fortbildungsangebote aus dem Jahr 1990 erkennen, die vor allem für die Arbeitsbereiche „Produktion und Technik“ neu eingerichtete Seminare zu Grundlagen der Digitaltechnik und Ähnliches angeboten wurden. Auch Einführungen in MS-DOS wurden den Mitarbeitern angeboten (WDR Bildung im Betrieb 1990). Fünf Jahre später enthält die Bildungsangebotsbroschüre sehr viel mehr computerbasierte Fort- und Weiterbildungsangebote. Daneben veranstaltete der WDR bereits 1995 zu Informationszwecken für seine Mitarbeiter eine Hausmesse, die sich intensiv dem Thema Digitalisierung widmete. Während der dreitägigen Veranstaltung konnten sich die Besucher über die zukünftigen digitalen Arbeitsplätze informieren (WDR Bildungsbericht 1995, 8). Das im Anhang nachzulesende Interview mit Carsten Berndt, WDR, macht deutlich, welche Auswirkungen die Digitalisierung auf die Arbeitsabläufe im Programm hat. Im Laufe der Zeit wurden die Kurse entsprechend der technischen Veränderungen angepasst. Für die Mitarbeiter der Regionalstudios existiert über das allgemeine Bildungsangebot hinaus seit 2009 ein verbessertes bimediales Schulungsprogramm. Im Zuge dieser Schulung der Mitarbeiter der Landesstudios sollen Hörfunktechniker, -ingenieure und Fernsehtechniker, -ingenieure in die Lage versetzt werden, die alltäglichen Aufgaben des fachfremden Arbeitsfeldes, also im Bereich Hörfunktechnik oder Fernsehtechnik, zu erlernen (WDR Intranet „Bimediale Schulungen“ 2009).

Durchschnittlich entfallen auf jeden festangestellten WDR Mitarbeiter zwischen 3,5 (2003) und 3,4 (2007) Bildungstage.

Die Aus-, Fort- und Weiterbildung der Mitarbeiter lässt sich der WDR, wie Diagramm 37 abbildet, etwas kosten. Hervorzuheben ist, dass die Kosten für die Aus-, Fort- und Weiterbildung in der Direktion Produktion und Technik nach einem Spitzenwert im Jahr 2004 gesunken sind, wohingegen die Kosten für die Aus-, Fort- und Weiterbildung im Hörfunk und Fernsehen steigen. Die Entwicklung der Gesamtkosten der Aus-, Fort- und Weiterbildung unterliegt im Zeitablauf

DIAGRAMM 37: Gesamtkosten der Aus-, Fort- und Weiterbildung im WDR in den Jahren 2003 bis 2007



Eigene Darstellung nach Bildungsbericht 2007, 26

Schwankungen und verläuft in den verschiedenen Richtungen unterschiedlich. Die Aufwendungen spiegeln den Schulungsbedarf wider, der insbesondere infolge der Einführung neuer Technologien und neuer Arbeitsstrukturen entsteht. Hierzu zählen technische Neuerungen wie z.B. das digitale Aufzeichnungs-, Speicher- und Bearbeitungssystem IMX (Interoperable Material Exchange Format) ebenso wie die Einführung des trimedialen Arbeitens in den Regionalstudios oder die Implementierung einer neuen Stufe der Führungskräfte-schulung.

4.3 Freie Mitarbeiter

Die Arbeit mit freien Mitarbeitern ist für eine Rundfunkanstalt wie den WDR unerlässlich. *„Freie sind die ‚Trüffelschweine‘, die im Land die spannenden Kultur- und Politikthemen ausgraben, die man als Journalist, der im Vierscheibenhaus sitzt, irgendwann nicht mehr richtig sieht ...“*, meint der langjährige freie Journalist Ulli Schauen im Interview. Aus seiner Sicht leisten gerade Freie viel für die programmliche Qualität in Fernsehen und Hörfunk.

Demgegenüber kam die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags „Kultur in Deutschland“ zu dem Schluss, dass zur Programmgestaltung eine zu große Anzahl freier Mitarbeiter eingesetzt wird. Durch diese Arbeitsvergabe entstünden, so die Meinung der verantwortlichen Medien- und Kulturpolitiker, in zunehmendem Maße *„zeitlich befristete und sozial nicht abgesicherte Arbeitsverhältnisse“*. (Drucksache 16/7000, 156). Was wiederum, so folgert die Enquete-Kommission, Auswirkungen auf die *„kontinuierliche und kompetente Kulturberichterstattung“* habe (ebd.). Die Enquete-Kommission empfahl daher den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die Zusammenarbeit mit Freien einzuschränken und eher Angestellte einzustellen.

Der Deutsche Kulturrat konnte sich als Spitzenverband der Bundeskulturverbände in seiner Stellungnahme vom 17.04.2008 „Kultur-Enquete: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk sichert Grundversorgung mit Kunst und Kultur“ dieser Einschätzung nicht anschließen. Zwar betonte er, dass die freien Mitarbeiter oftmals zu anderen Konditionen arbeiten würden als die Festangestellten. Dies dürfe aber nicht bedeuten, dass die Beschäftigung von Freien beschränkt werden müsse, sondern, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Arbeit der Freien durch eine finanziell angemessene Bezahlung honorieren müsse. Auf den Punkt gebracht: gutes und angemessenes Geld für gute Arbeit. Schließlich, so heißt es in der Stellungnahme des Deutschen Kulturrates *„dies gilt es zu bedenken, wird die Vielfalt der Beiträge gerade durch die Beschäftigung von freien Mitarbeitern gewährleistet. Wichtig ist, dass die inhaltliche und gestalterische Qualität auch im Rahmen dieses ‚Outsourcings‘ weiterhin gewährleistet wird.“*

Die rd. 18.000 freien Mitarbeitern beim WDR sind zu unterscheiden in:

- Freie Mitarbeiter, die gelegentlich oder einmalig vom WDR beauftragt werden,
- Freie Mitarbeiter, die wiederkehrend vom WDR beauftragt werden
- Arbeitnehmerähnliche Personen (Freie Mitarbeiter), das sind laut § 12a Tarifvertragsgesetz Personen, die wirtschaftlich abhängig und vergleichbar einem Ar-

beitnehmer sozial schutzbedürftig sind⁶⁷. Der WDR hat in einem mit den Gewerkschaften geschlossenen Tarifvertrag die wirtschaftliche Abhängigkeit und die soziale Schutzbedürftigkeit konkretisiert.

Die wirtschaftliche Abhängigkeit von arbeitnehmerähnlichen Freien ist gegeben, wenn er/sie entweder beim WDR oder bei ihm und anderen Rundfunkanstalten, die zur ARD gehören, mehr als die Hälfte ihrer/seiner erwerbsmäßigen **Gesamtentgelte (brutto und ohne gesonderte Kostenerstattung)** in den letzten sechs Monaten vor Geltendmachung eines Anspruchs aus diesem Tarifvertrag oder seinen Durchführungs-Tarifverträgen bezogen hat.

Sofern der/die Beschäftigte künstlerische, schriftstellerische oder journalistische Leistungen erbringt oder an der Erbringung, insbesondere der technischen Gestaltung solcher Leistungen unmittelbar mitwirkt, genügt statt der Hälfte ein Drittel der genannten Entgelte.

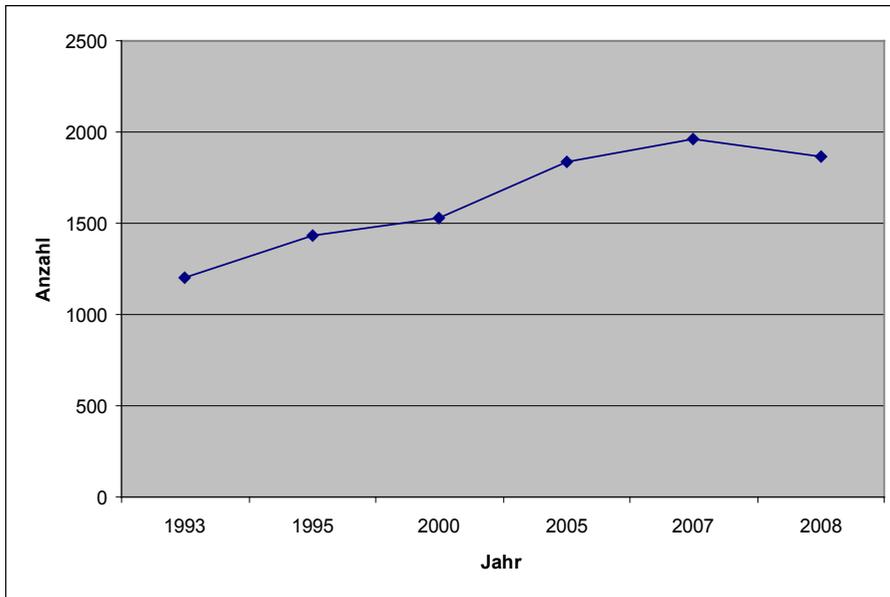
Die soziale Schutzbedürftigkeit der/des Beschäftigten ist gegeben, wenn er/sie in dem Erwerbszeitraum iSv § 2 von 6 Monaten mindestens an 42 Tagen (einschließlich Urlaubstagen) für den WDR oder für ihn und andere ARD-Anstalten aufgrund vertraglicher Verpflichtungen tätig war und sein/ihr Gesamteinkommen für diesen Zeitraum nicht mehr als Euro 45.000,- brutto oder nicht mehr als Euro 90.000,- brutto für den Erwerbszeitraum von 12 Monaten betragen hat. (Abteilung Honorare und Lizenzen des WDR)

Die Zahl der arbeitnehmerähnlichen Personen im WDR ist in den Jahren 1993 bis 2007 gestiegen und zum Jahr 2008 hin gesunken. In Diagramm 38 wird die Entwicklung der Zusammenarbeit mit arbeitnehmerähnlichen Personen beim WDR abgebildet.

Grundsätzlich können alle freien Mitarbeiter an den Fortbildungsveranstaltungen des WDR partizipieren, faktisch kommt dieses aber nur bei den regelmäßig wiederkehrend beschäftigten freien Mitarbeitern zum Tragen. Im Jahr 2003 wurden 1.463 Bildungstage von Freien Mitarbeitern in Anspruch genommen, im Jahr 2004 waren es 2.063 Tage und im Jahr 2005 2.311 Tage. Im Jahr 2006 ging die

67 Dies sind sie, wenn sie auf Grund von Dienst- oder Werkverträgen für andere Personen tätig sind, die geschuldeten Leistungen persönlich oder im Wesentlichen ohne Mitarbeit von Arbeitnehmern erbringen.

DIAGRAMM 38: Anzahl der arbeitnehmerähnlichen Personen beim WDR in den Jahren 1993, 1995, 2000, 2005, 2007 und 2008



Eigene Darstellung nach Angaben der Abteilung Honorare und Lizenzen

Zahl der Bildungstage freier Mitarbeiter auf 2.037,5 zurück, um im Jahr 2007 auf 2.185 zu steigen (WDR Bildungsbericht 2007, 20).

Die bereits erwähnte Befragung des Deutschen Journalistenverbands (DJV 2009) gibt näher Auskunft zur Ausbildung freier Journalisten, die für die unterschiedlichen Medien tätig sind. Von denen, die zu 80–100% für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk tätig sind, haben 76% einen Hochschulabschluss, bei keinem anderen Medium hat ein so großer Anteil einen akademischen Abschluss. Zum Vergleich: beim Privatfunk gilt es nur für 42%. Die freie Mitarbeit beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird also an hohe Zugangsvoraussetzungen geknüpft (DJV 2009, 16). Schriftliche Verträge mit freien Journalisten schließen am ehesten öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten, nämlich 21,5% im Jahr 2008, demgegenüber schließen nur 4,8% der privaten Hörfunkunternehmen schriftliche Verträge mit freien Journalisten (DJV 2009, 21).

Das Verhältnis zwischen festen und freien Mitarbeitern des WDR war bereits ein wichtiges Thema der Studie „Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor“. Damals stellen Fohrbeck und Wiesand heraus, dass es durchaus Spannungen zwischen beiden Gruppen gäbe, die sich im Laufe der Jahre verfestigt hätten (Wiesand/Fohrbeck 1989, 112). Das Interview mit Ulli Schauen im Anhang zeigt, dass die Konflikte nach wie vor virulent sind.

Kultur „made by WDR“ –
Ein Blick ins Programm

5 KULTUR „MADE BY WDR“ – EIN BLICK INS PROGRAMM

Im Jahr 1991 erschien Albrecht Göschels Untersuchung „Die Ungleichzeitigkeit in der Kultur“ (Göschel 1991). Für dieses Buch hatte Göschel Tiefeninterviews mit Kultur- bzw. kulturpolitisch Verantwortlichen in vier Alterskohorten geführt: eine Gruppe war in den 1930er Jahren geboren, eine zweite in den 1940er Jahren, eine dritte in den 1950er Jahren und eine vierte in den 1960er Jahren. Er hat in dem Buch herausgearbeitet, dass jede dieser Alterskohorten ein sehr eigenes Verständnis von Kultur herausgebildet hat, das mit den Lebenschancen und den äußeren Bedingungen für die jeweilige Generation korreliert. Würden heute Vertreter der Generation, die in den 1970er Jahren oder auch in den 1980er Jahren geboren wurden, nach ihrem Kulturverständnis befragt, ergäbe sich vermutlich wiederum ein ganz eigenes Bild.

Das unterschiedliche Kulturverständnis, der Wandel, vor allem die Erweiterung des Kulturbegriffs, spiegelt sich auch im Programm des WDR wider. In dem zum 50-jährigen Bestehen des WDR erschienen dreibändigen Werk „Am Puls der Zeit“ wird sehr genau nachgezeichnet, wie sich das Programm des Hörfunks und des Fernsehens, das Selbstverständnis, die Gewichtung usw. geändert haben. Und wenn heute Vertreter verschiedener Generationen nach ihrer Einschätzung zum Stellenwert von Kultur im Programm des WDR oder auch anderer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten befragt würden, würden wahrscheinlich ebenfalls sehr verschiedene Verständnisse von Kultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zum Ausdruck kommen. Unterschiedlich je nach dem welcher Generation die Befragten angehören, ob allein das Fernsehen betrachtet wird oder auch der Hörfunk, welches Grundverständnis von Kultur besteht. Bereits die im Anhang veröffentlichten Interviews mit Dietrich Leder und Edgar Reitz zum Fernsehen und von Gabriel Pérez und Edgar Lipki mit Blick auf den Hörfunk offenbaren ein sehr unterschiedliches Verständnis von Kultur.

Im *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk, das in der Ausgabe September-Oktober 2008 der Zeitung *politik und kultur* erschienen ist, kamen sehr unterschiedliche Positionen zu Kultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zum Ausdruck. Wolfgang Schmitz (2008), Hörfunkdirektor des WDR, legt dar, dass beispielsweise die Jazzsendungen im WDR oder die Unterstützung von Jazzfestivals, das Ausloben des Deutschen Hörbuchpreises oder auch die Produktionen des WDR mit dem Bundesjugendjazzorchester, ein wesentlicher Bestandteil des kulturellen Profils des WDR sind. In den sechs Hörfunkprogrammen sendet der

WDR, so Schmitz, insgesamt mehr als 15 Stunden Kultur am Tag. Dieses Kulturprogramm ist so selbstverständlich, dass es vielleicht erst dann bemerkt werden würde, wenn es einmal fehlen würde. Gerald Mertens (2008) unterstreicht den kulturellen Reichtum, den die Rundfunkorchester und -chöre darstellen und welche Bedeutung sie für das zeitgenössische Musikschaffen haben.

Demgegenüber beklagen Siegfried Weischenberg (2008) und Manfred Eichel (2008) den Bedeutungsverlust von Kultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, speziell im Fernsehen, und befürchten eine Banalisierung insbesondere beim Ersten und beim ZDF. Anders Lothar Mikos (2008), er plädiert dafür, den kulturellen Wert von Unterhaltung nicht zu unterschätzen und gerade dieses Genre endlich ernst zu nehmen. Auch die langjährige Grimme-Preisjurorin Barbara Sichtermann (2008) und Klaudia Wick (2008), Jurorin beim Deutschen Fernsehpreis, wollen Kultur im Fernsehen stärker mit Unterhaltung verbunden sehen. Sichtermann warnt vor einem verstaubt-pädagogischen Kulturbegriff und unterstreicht, dass ein Vollprogramm im öffentlich-rechtlichen Fernsehen für jeden etwas bieten muss und dieses bereits an sich eine Kulturleistung ist.

Klaudia Wick argumentiert ähnlich und verdeutlicht, dass das Fernsehen längst zu einem Stück Kultur geworden ist, *„das es gerade von den gebührenfinanzierten Sendern zu pflegen und weiterzuentwickeln gilt“* (Wick 2008, 32). Daher ist es für das Fernsehen erforderlich, dass es eben kein Nischenmedium, sondern mehrheitsfähig ist. Unterhaltung mit gesellschaftlichem Anspruch zu verbinden, muss das Ziel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sein. Olaf Zimmermann (2009) spricht in epd-medien von der kulturellen Königsdisziplin Unterhaltung und sieht den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gefordert, sich dieser Königsdisziplin stärker zu widmen.

Verschiedene Verantwortliche aus den ARD-Rundfunkanstalten haben in dem im August 2008 erschienenen „ARD Kulturbuch“ über ihr Kulturverständnis Auskunft gegeben. Fritz Raff (2008b), Intendant des Saarländischen Rundfunks und seinerzeit ARD-Vorsitzender, hat in seinem Beitrag verdeutlicht, dass sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk vom Bildungsfunk zur Vermittlung von Alltagskultur entwickelt hat und populäre Kultur selbstverständlich zum Kulturbegriff dazu gehört.

Dieses wird vom damaligen Programmdirektor von Das Erste Günter Struve (2008) dahingehend bekräftigt, dass die beiden Kulturprogramme des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, arte und 3sat, eben keine Verdrängung von Kultursendungen aus dem Vollprogramm von Das Erste seien, sondern vielmehr ein zielgruppenspezifisches Angebot für Kulturliebhaber. Ihm komme es darauf an, im Programm von Das Erste die gesamte Vielfalt der Kultur widerzuspiegeln. Der jetzige Programmdirektor der ARD Volker Herres hat in der Ausgabe 4/2009 der Zeitung

des Deutschen Kulturrates *politik und kultur* geschrieben: „Mit dem Ersten Deutschen Fernsehen soll die ARD ihren Auftrag erfüllen, ein integrationsförderndes Vollprogramm für die gesamte Bevölkerung anzubieten. (...) Das funktioniert nur, wenn die Programm-Mischung stimmt, ebenso die Mischung des Anspruchsniveaus. Aus diesem Grund lässt sich die Qualitätsdiskussion nicht auf die Frage reduzieren, ob ein herausragender Fernsehfilm wie ‚Mein Leben‘ jede Woche kommen müsste oder ob um 20.15 Uhr Opern übertragen werden sollen. Die Autoren, die Regisseure und Programmverantwortlichen streben öffentlich-rechtliche Programmqualität in allen Genres an, ebenso bei Nachrichten wie beim Fernsehfilm, beim Sport und bei den Seifenoperen.“ (Herres 2009, 2) Hierin kommt vielleicht am besten zum Ausdruck, wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk die geschilderte Anforderung des Gesetzgebers versteht, dass die Unterhaltung einem öffentlich-rechtlichen Anspruch genügen muss.

5.1 Kulturbeiträge und -sendungen des WDR

Laut Rundfunkstaatsvertrag besteht der Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten darin, Angebote zu unterbreiten, die der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung dienen. Sie haben insbesondere Beiträge zur Kultur anzubieten. Ebenso soll die Unterhaltung einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen. Nach dem WDR-Gesetz hat der WDR „Beiträge zur Kultur, Kunst und Beratung anzubieten“ (WDR-Gesetz 1985/2004, § 4, Satz 2). Kunst und Kultur müssen sich somit im WDR-Programm wiederfinden.

Um den aktuellen Kulturanteil der Fernseh- und Hörfunkprogramme des WDR zu ermitteln, wurde von der Medienforschung des WDR eine Programmanalyse Kultur in Auftrag gegeben. Dafür wurde zuerst ein dreistufiger Kulturbegriff definiert. Dieser Kulturbegriff ist nicht mit dem ansonsten in dieser Studie zumeist verwendeten Kulturwirtschaftsbegriff identisch. In der Kulturwirtschaftsdebatte werden ausschließlich die Wirtschaftszweige betrachtet. Die Qualität der kulturellen Güter spielt keine Rolle oder anders ausgedrückt: die Nobelpreisträgerin Herta Müller gehört als Autorin genauso zur Kulturwirtschaft wie der Autor des „Lore-Romans“, die Band Tokio Hotel ebenso zur Musikwirtschaft wie der Komponist Wolfgang Rihm usw.

Der bei der Programmanalyse verwendete Kulturbegriff ist detaillierter und klassifiziert die verschiedenen künstlerischen Genres in einen engen, einen mittleren und einen weiten Kulturbegriff.

Zum engen Kulturbegriff zählen:

- Berichte über/und Produktion von Kunst/Kultur/Literatur/Theater/Sprachen/Design/Architektur usw.,
- anspruchsvolle Filme wie z.B. gesellschaftskritische Filme/Literaturverfilmungen, Experimentalfilme, Portraitfilme,
- anspruchsvolle Musik wie z.B. Klassik, avantgardistische Musik, Jazz, sonstige ernste Musik, darstellende Kunst,
- Kabarett.

Zum mittleren Kulturbegriff gehören:

- Alltagskultur, regionale Kultur, Stadtkultur, Zeitgeschichte,
- Medien (TV, Radio, Presse),
- Kirche und Religion,
- Wissenschaft, hier die Geistes- und Kulturwissenschaft.

Der weite Kulturbegriff umfasst:

- populäre Musik,
- Brauchtum, Karneval,
- weitere fiktionale Genres (Serien und Filme),
- Comedy.

Der weite Kulturbegriff umfasst also sehr viele Genres der Kulturproduktion und -berichterstattung.

Untersucht wurden sieben Hörfunkprogramme des WDR (1LIVE, WDR 2, WDR 3, WDR 4, WDR 5, Funkhaus Europa und 1LIVE Kunst) in der Woche vom 15. bis 19.09.2008. Der Stichtag war der 16.09.2008. Zusätzlich fand eine Detailanalyse der variablen Sendestrecken in der benannten Woche statt.

Das WDR Fernsehen und Einsfestival⁶⁸ wurde vom 27.10. bis 02.11.2008 (44. Kalenderwoche) analysiert. Grundlage war das in Köln empfangbare komplette 24 Stunden-Programm an sieben Wochentagen von Montag bis Sonntag. Da alle 11 „Lokalzeiten“ (Hauptausgabe 19:30 Uhr) im Nachtprogramm wiederholt werden

68 Der WDR hat die Federführung für Einsfestival, daher wurde dieses Programm ebenfalls analysiert.

und dann in Köln empfangbar sind, konnten sie ebenfalls in die Analyse einbezogen werden.

Die Zulieferungen des WDR an Das Erste, arte, 3sat, Phoenix und Ki.Ka wurden für die Monate November und Dezember 2008 auf Sendungsebene zusammengestellt und auf den Kulturbezug geprüft. Dieser längere Zeitraum war erforderlich, da der WDR zu diesen Programmen zwar regelmäßig, aber in größeren Abständen zuliefert. Obwohl in diesem längeren Zeitraum das Weihnachtsprogramm inbegriffen ist, ist es repräsentativ, da es fast in jedem Monat besondere Ereignisse gibt, auf die im Programm reagiert wird.

Mit der Umsetzung der Programmanalyse wurde vom WDR das Institut IFEM, Institut für empirische Medienforschung, Köln, beauftragt.

5.1.1 Kultur im WDR Fernsehen

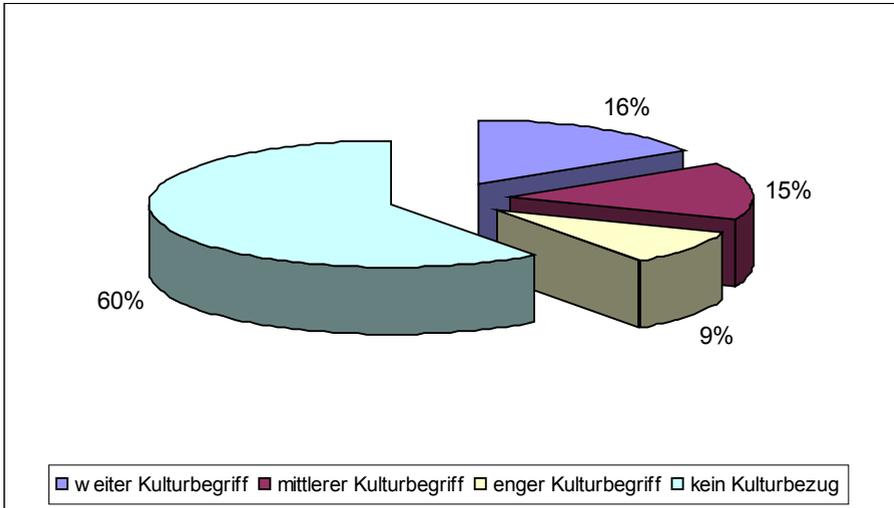
In der untersuchten Woche wurden im WDR Fernsehen 4.052 Minuten, also 68 Stunden Kultur gesendet. Diese 68 Stunden machen 40% des Gesamtprogramms aus. Der größere Teil des Programms (60%) hat also keinen Kulturbezug. Von den 40% des Programms mit Kulturbezug können 16% dem weiten, 15% dem mittleren und 9% dem engen Kulturbegriff zugeordnet werden.

Zu den Sendungen bzw. Beiträgen, die zum engen Kulturbegriff gezählt werden, gehören u.a.:

- die Kulturmagazine west.art, west.art am Sonntag⁶⁹, west.art Meisterwerke,
- die Dokumentationen „Als die Marsmenschen kamen ... Ein Hörspiel und seine Folgen“, „Das Reichsorchester – Die Berliner Philharmoniker und der Nationalsozialismus“, „Geliebt und zensiert – Als der WDR senden lernte“,
- die Sendung Poetry Slam, ein Dichter-Wettbewerb,
- ein Beitrag über die 4. Deutschen Kulturtag für Gehörlose in „Sehen statt Hören“,
- der Spielfilm „Die Reisen des jungen Che“,
- das Fernsehspiel „Todesspiel“ (1. und 2. Teil).

69 In dieser Ausgabe von west.art am Sonntag, die anlässlich der Wahl des US-amerikanischen Präsidenten das Thema „Wie ticken die Amerikaner“ hatte, wurde ein Teil der Beiträge dem mittleren Kulturbegriff zugeordnet. Dieses ist bei einer wöchentlich stattfindenden Sendung mit jeweils wechselnden Schwerpunkten durchaus üblich.

DIAGRAMM 39: Kulturanteile im Programm vom WDR Fernsehen



Eigene Darstellung. Quelle: Programmanalyse Kultur, IFEM Köln, WDR Medienforschung

Kulturmagazine

Das Aushängeschild des WDR in Sachen Kultur ist die Sendung „west.art“, die in mehreren Ausführungen existiert. „west.art das Magazin“ läuft jeweils dienstags von 22.30–23.10 Uhr im WDR Fernsehen. Moderiert wird die Sendung von Katty Salié. Die Kulturszene NRWs steht hier klar im Vordergrund. Aber auch Kulturhighlights, die über die Grenzen des Rheinlandes und Westfalens hinausgehen, werden präsentiert. Zudem werden Literatur-, Kino- und Veranstaltungstipps gegeben. Wer sich „west.art“ am Dienstag, den 28.10.2008, ansah, der kam u.a. in den Genuss der Filmbesprechung des damals aktuellen Kinofilms „Willkommen bei den Sch’tis“, konnte sich einen Beitrag über die späte Jazz-Karriere der Gitte Haenning ansehen oder Arne Zeiglers Ausführungen zum Verhältnis der Fußballer zur Kultur verfolgen. 37,5 Minuten der insgesamt 40-minütigen Sendung wurden als Kulturberichterstattung gewertet. Die Mehrzahl davon fiel unter den engen Kulturbegriff (29 Sendeminuten).

„west.art am Sonntag“ ist eine Kultur-Gesprächssendung, bei der jeden Sonntagmorgen Gäste über gesellschaftspolitische und kulturrelevante Themen der Woche diskutieren. Zu Wort kommen während der vorgesehenen 90 Minuten Sendezeit Künstler, Museumsleute, Schauspieler, Intendanten, Sänger, Kritiker, Veranstalter, Kultur-Politiker, Modemacher, Schriftsteller, Musik-Freaks, Alltags-Philosophen und andere Querdenker. Bei der untersuchten „west.art am Sonntag“ diskutierte Gayle Tufts gemeinsam mit anderen über das Thema „Wie ticken die Amerikaner?“.

Kultur in „Reinkultur“ ist wiederum das Format „west.art Meisterwerke“, in dem in fünfminütigen Porträts architektonische und kulturgeschichtliche Meilensteine der Region vorgestellt werden. *„Die filmische Enzyklopädie nordrhein-westfälischer Kulturhighlights reicht vom mittelalterlichen Tafelbild bis zur aktuellen Fotokunst eines Andreas Gursky, von der klassischen Malerei bis zu den Stars des zeitgenössischen Kunstmarktes wie Immendorff, Polke oder Richter, vom barocken Wasserschloss über Industriedenkmäler bis zur Betonarchitektur eines Tadao Ando. Ebenso herausragend wie das ausgewählte Sujet ist die Machart der ‚west.art meisterwerke‘: Aufwändig in HD und 16:9 gedreht, leben sie von den außergewöhnlichen Regiekonzepten und Erzähleinfällen ihrer Autoren sowie von der gekonnten Umsetzung in Kamera und Schnitt.“* (www.wdr.de/tv/westart/meisterwerke/zursendung/index.jsp; Zugriff: 05.06.2009).

Ähnlich kulturträchtig wie die „west.art“-Formate ist auch die Sendung „A40“, die einmal pro Woche 30-minütig im WDR-Fernsehen läuft und mittwochs wiederholt wird. Wenn Kultur, dann richtig ist der Eindruck, der sich beim Betrachten der Zahlen einstellt. Von 30 Minuten sind 28 zum engeren Kulturbegriff zu zählen, die restlichen zwei entfallen auf die Anmoderationen. Inhaltlich „arbeitet“ sich die Sendung an den Themen ab, die die Menschen rund um die Autobahn 40, die hier als Synonym für das Ruhrgebiet gebraucht wird, bewegen. Hier reicht der Spannungsbogen von Mode, über Architektur bis zu Wissenschaft und Kunst. In der Untersuchungszeit wurde u.a. der Künstler José Manuel Moreno aus Gelsenkirchen vorgestellt oder ein Bericht über die Lichtinstallation im Westpark Bochum gezeigt⁷⁰.

70 Die Sendung „A40“ wurde inzwischen eingestellt.

Zum mittleren Kulturbegriff wurden in der Programmanalyse u.a. folgende Sendungen bzw. Beiträge gezählt:

- die Dokumentation „Als der Pott noch rauchte“,
- Beiträge in „Cosmo TV“, dem Integrationsmagazin des WDR Fernsehen, zum Totengedenken in verschiedenen Kulturen und der Eröffnung der Duisburger Moschee,
- die Reisesendungen bzw. Reiseberichte in der Reihe Bilderbuch Deutschland „Duisburg – Straelen – Venlo: Mit dem Motorrad ins Grüne“, in der Sendung „Entdeckerlust!“ zur Insel Vilm, in der Sendung „Flüsse der Genüsse“ „Die Elbe – Von Pferderennen und Teegenüssen“,
- das Portrait des Schauspielers Mario Adorf in der Reihe „Die Besten im Westen“, das Portrait „Zwieback-Fabrikant Brandt – Das Märchen vom Bäcker und seinem Sohn“ in der Reihe „Dynastien in NRW“,
- in der Talksendung „Kölner Treff“ Gespräche mit Volker Schlöndorf und Ralf König,
- die Kabarettsendung mit Konrad Beikircher „Zwischen Himmel und Ääd“, die Sendung „Mitternachtspitzen“ mit Auftritten verschiedener Kabarettisten,
- in der Reihe „NRW-Geschichten schwarz-weiß“ ein Beitrag zu Beat im Ruhrgebiet,
- die Sendung „Planet Wissen“ mit verschiedenen Beiträgen zum Thema Antisemitismus und Reichspogromnacht,
- in der Sendung „daheim & unterwegs“ ein Portrait des Schauspielers Axel Prahl,
- in der Sendung „Weltspiegel“⁷¹ Beiträge zu „Orthodoxen Juden in Israel“ und „Hinduistische Nationalisten terrorisieren Andersgläubige“.

Die beispielhafte Zusammenstellung der Sendungen und Beiträge zeigt, dass dem mittleren Kulturbegriff vor allem auch Sendungen zugeordnet werden konnten, die zur Identitätsbildung des Landes NRW gehören wie „Dynastien in NRW“ oder auch die „Die Besten im Westen“. Diese Sendungen verbinden in der Regel Kultur- und Gesellschaftsgeschichte. Die Reisesendungen im weitesten Sinne zeichnen sich ebenfalls durch kulturgeschichtliche Elemente aus.

71 Bei der Sendung „Weltspiegel“ handelt es sich um eine Wiederholung im WDR Fernsehen.

Kabarett

Das Kabarett hat im WDR Fernsehen einen wichtigen Stellenwert. Viele der heute bekannten Kabarettisten sind erstmalig in WDR Fernsehen aufgetreten. Einen festen Sendeplatz haben aktuell (November 2009) folgende Kabarettsendungen: Fritz (Rainer Pause) & Hermann (Norbert Alich) empfangen herausragende Künstler der Kabarett- und Comedyszene; Mitternachtsspitzen Kabarettist Jürgen Becker empfängt Kabarettkollegen; Stratmanns.

Zum weiten Kulturbegriff wurden in der Programmanalyse u.a. folgende Serien und Sendungen gerechnet:

- Serien wie „Die Anrheiner“, „Großstadtrevier“, „In aller Freundschaft“, „Rote Rosen“, „Sturm der Liebe“,
- Comedysendungen wie „Fun(k)haus“,
- eine Show zum 35. Jubiläum von „De Höhner“,
- eine Folge der Sendung „Rockpalast“.

Der weite Kulturbegriff geht am ehesten mit der Begrifflichkeit in der Kulturwirtschaft überein. Denn zweifelsohne gehört die Produktion von Serien wie „Großstadtrevier“ oder auch „Die Anrheiner“ zur Kulturwirtschaft.

Besondere Aufmerksamkeit soll abschließend den beiden aktuellen Informationsmagazinen des WDR Fernsehens, „Aktuelle Stunde“ und „Lokalzeit“, gelten.

Aktuelle Stunde

Die Aktuelle Stunde ist das tägliche Informationsmagazin des WDR. Sie wird montags bis samstags von 18.50 bis 19.30 Uhr und sonntags von 19.10 bis 19.30 Uhr gesendet. Im Mittelpunkt stehen Nachrichten, Reportagen und Berichte aus NRW. Bei unvorhergesehenen Ereignissen wird die Aktuelle Stunde durch WDR-Extra ergänzt. WDR-Extra wird in das laufende Programm eingeschoben und garantiert damit eine noch größere Aktualität.

Lokalzeit

Motto der Lokalzeit ist „Wir schalten um nach nebenan“. Die „Lokalzeit“ berichtet und informiert über das Leben in den jeweiligen Regionen NRW. Das Themenspektrum ist breit angelegt. Angefangen von übergreifenden Informationen aus dem Land Nordrhein-Westfalen werden insbesondere die speziellen Themen aus der Region aufgegriffen. Die „Lokalzeit“ bietet den Menschen in den jeweiligen Regionen eine Identifikationsmöglichkeit. Hier wird über das berichtet, was sie in ihrem Umfeld bewegt. Montag bis Freitag gibt es von 18.00 bis 18.05 Uhr eine Kurznachrichten der „Lokalzeit“, die eigentliche Sendung wird montags bis samstags von 19.30 bis 20.00 Uhr gesendet und im Nachtprogramm wiederholt.

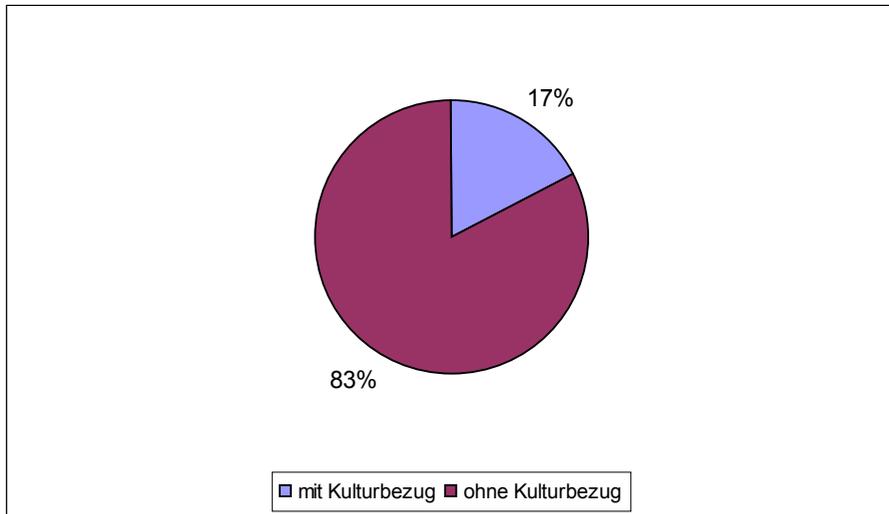
In der Aktuellen Stunde wurden im Untersuchungszeitraum 19 Minuten gesendet, die dem mittleren Kulturbegriff zugeordnet werden konnten und 5 Minuten dem weiten. Beiträge des mittleren Kulturbegriffs waren u.a.

- ♦ ein Interview mit der Schauspielerin Iris Berben,
- ♦ ein Beitrag zu Allerheiligen,
- ♦ ein Beitrag zum Casting von Kindermodells.

Zum weiten Kulturbegriff wurde z.B. ein Beitrag über einen Elektriker aus Duisburg gerechnet, der den James Bond-Schauspieler Daniel Craig doubelt.

In den „11 Lokalzeiten“ wurden insgesamt 1.782 Minuten gesendet, davon haben 317 Minuten einen Kulturbezug, das sind 17,8% der Sendeminuten der gesamten „Lokalzeiten“. Im Vergleich zu anderen Informationssendungen (vgl. z.B. Krüger 2009) kann der Kulturanteil der „Lokalzeit“ als hoch bewertet werden. Spannend wäre ein Vergleich des Kulturanteils der „Lokalzeit“ mit vergleichbaren Sendungen der Dritten Programme wie z.B. der „Abendschau“ im rbb Fernsehen oder den länderspezifischen Sendungen des NDR Fernsehens. Eine solche Analyse konnte im Rahmen dieser Untersuchung aber nicht geleistet werden.

DIAGRAMM 40: Kulturanteil von 11 Ausgaben der Sendung „Lokalzeit“



Eigene Darstellung. Quelle: Programmanalyse Kultur, IFEM Köln, WDR Medienforschung

Wird dieser Kulturanteil näher betrachtet, ergibt die Programmanalyse, dass der größte Anteil der Beiträge in den „Lokalzeiten“ dem engen Kulturbegriff zuzuordnen ist, nämlich 130 Sendeminuten. Dem mittleren können 102 Minuten zugeordnet werden und dem weiten 69. Daraus lässt sich schließen, dass wenn in der Lokalzeit über Kultur berichtet wird, es sich eher um sogenannte Hochkultur handelt, die dem engen Kulturbegriff zuzuordnen ist.

Beispiele für Beiträge aus den Lokalzeiten, die dem engen Kulturbegriff zugerechnet werden sind:

- Portrait des Aachener Schauspieler Heino Cohrs (Lokalzeit Aachen),
- Bericht Haydns „Schöpfung“ als Bonn-Berliner Chorprojekt (Lokalzeit Bonn),
- Ausstellungsbericht Modedesigner bemalen Porzellanfiguren (Lokalzeit Duisburg),
- Bericht über die Arbeit eines Filmmusik-Komponisten (Lokalzeit Düsseldorf),
- Bericht Historische Fotos für Kunstaktion nachgestellt (Lokalzeit Köln),
- Bericht European Artist Art Impuls-Projekt in Velbert (Lokalzeit Bergisches Land),
- Bericht Die Zwillinge und die Blechgang im Hot Jazz Club (Lokalzeit Münster),
- Bericht Jan Hoet präsentiert seine letzte Ausstellung im MARTa-Museum (Lokalzeit Ostwestfalen Lippe)
- Bericht Kinderfilmtage in Essen, Mülheim und Oberhausen (Lokalzeit Ruhr)
- Bericht Siegener Ballett-Schulen-Festival (Lokalzeit Südwestfalen).

Diese Beispiele zeigen zweierlei: sie machen zum einen deutlich, dass Kultur aus der Region in den „Lokalzeiten“ ihren festen Platz hat, denn neben den Berichten gibt es selbstverständlich zusätzlich jede Menge Tipps und Termine zu Ausstellungen, Konzerten und anderen Veranstaltungen. Zum anderen wird durch die „Lokalzeit“ deutlich, wie viel Kultur vor Ort stattfindet, dass NRW ein spannendes Land für Künstler ist, dass NRW mit einer lebendigen Kulturszene aufwartet und dass allein das Spektrum der Beiträge, die dem engen Kulturbegriff zuzuordnen ist, sehr breit gefächert ist. Noch weiter wird es, wenn der mittlere und der weite Kulturbegriff hinzugezogen werden.

5.1.2 Zulieferungen an Kultursendungen und Kulturbeiträgen zum Gemeinschaftsprogramm der ARD am Beispiel von Das Erste, arte, 3sat, Phoenix, Ki.Ka und Einfestival

Das Gemeinschaftsprogramm der ARD – Das Erste und Einfestival – wie auch die gemeinsam mit dem ZDF veranstalteten Programme – arte, 3sat, Phoenix und Ki.Ka – leben zu einem großen Teil von den Beiträgen der zuliefernden Sendeanstalten. Um den Stellenwert von Kultur im Fernsehprogramm des WDR einschätzen zu können, ist es daher erforderlich, auch die Zulieferungen zum Gemeinschaftsprogramm der ARD sowie arte, 3sat, Phoenix und Ki.Ka in den Blick zu nehmen.

Zulieferungen an Das Erste

An Das Erste hat der WDR in den Monaten November und Dezember 2008 insgesamt 184 Sendungen⁷² geliefert, davon hatten 57 Sendungen einen Kulturbezug. Zu den zugelierten Sendungen gehören beispielsweise zwei Ausgaben des ARD-Kulturmagazins „ttt – titel thesen temperamente“⁷³ sowie eine Ausgabe des Büchermagazins „Druckfrisch“. Beide Sendungen sind ebenso wie ein Portrait von Lorient sowie zwei „Making of“ („Wie das Tischlein gedeckt wird – so entsteht ein Märchenfilm“; „Buddenbrooks“) dem engen Kulturbegriff zu zuordnen. Beispiele für Sendungen, die dem weiten Kulturbegriff zuzurechnen sind, sind neun Folgen der „Lindenstraße“. Weiter wurden sechs Folgen der Comedy-Sendung „Dittsche“ gesendet, die ebenso wie die Reisereportage „Väterchen Don“ (2 Folgen) dem weiten Kulturbegriff zuzuordnen sind.

Die Tagesschau⁷⁴ ist das Flaggschiff der ARD. Neben der Hauptsendung um 20.00 Uhr gibt es die Tagesschau um 12, die Tagesschau um drei, um vier und um fünf Uhr sowie die Tagesthemen, das Morgenmagazin, Nachtmagazin sowie das Mittagmagazin. Die vom WDR gelieferten Beiträge zu den genannten Nachrichtensendungen drehten sich beispielweise um den Karnevalsauftakt (weiter Kulturbegriff), die Eröffnung der Moschee in Duisburg (mittlerer Kulturbegriff) und die Literaturverfilmung der „Buddenbrooks“ (enger Kulturbegriff).

Zulieferungen an arte

Der deutsch-französische Sender arte veranstaltet ein Vollprogramm mit einem deutlichen Kulturprofil. Er wird daher im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag als

72 Dabei handelt es sich um Sendungen mit sehr unterschiedlicher Länge.

73 Themen der Ausgabe von ttt am 30.11.2008 waren: Bericht über die Geschichte des Schlagers von der Weimarer Republik bis heute, Interview mit einem Musikwissenschaftler; Bericht über das Schaffen von Ingmar Bergman in Bezug auf Religion; Bericht über die niederländische Violinistin Janine Jansen mit CD-Tipp, Bericht über den Aachener Forscher Michael Jansen, der sich mit der Gandhara-Kultur in Nordpakistan und Afghanistan befasst; Ausstellungstipp Gandhara; Bericht über die irische Fotografin Hannah Starkley und Buchtipp. Themen von ttt am 21.12.2008 waren: Bericht zum Film „Australia“, Bericht über ein von der nepalesischen Sängerin Ani Choying gegründetes Mädchenkloster in Katmandu, Hinweis auf deren Autobiografie; Bericht über den englischen Fotografen Marcus Bleasdale, der das fehlende Engagement der Europäer im Kongo anprangert und Buchtipp; Bericht über Retrospektive des Werkes von Marlene Dumas im „Moma New York“; Portrait des Schauspielers Mark Waschke, der in der Neufilmung der „Buddenbrooks“ mitspielt, Hinweis auf Film, Ausschnitt von Theatertätigkeit Waschkes.

74 Krüger (2009) hat ermittelt, dass im Jahr 2008 die „Tagesschau“-Sendungen einen Kulturanteil von 1,0% hatten. Dabei wird ein enger Kulturbegriff zugrunde gelegt. „heute“ hatte einen Kulturanteil von 1,6%, die „Tagesthemen“ von 1,8% und das „heute journal“ von 2,4%.

europäischer Kulturkanal definiert. Es können insofern fast alle Sendungen bei arte zumindest einem weiten Kulturbegriff zugeordnet werden.

Der WDR hat in den Monaten November und Dezember 2008 insgesamt 41 Sendungen an arte geliefert. Alle diese Sendungen sind einem der Kulturbegriffe zuzuordnen. Darunter sind 18 Erstaufführungen, das sind 43,9%. Zu den Erstaufführungen gehörte z.B. der Fernsehfilm „Die zweite Frau“, der Dokumentarfilm „Losers & Winners“ sowie die Dokumentation „Wir Europäer!“ Als Wiederholung wurde u.a. ein Portrait des Dirigenten Günter Wand geliefert.

Zulieferungen an 3sat

Wie arte hat auch 3sat einen Schwerpunkt im Bereich Kultur. 3sat wird im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag ebenfalls wie arte als Vollprogramm definiert, das aber einen kulturellen Schwerpunkt hat.

Der WDR hat im Untersuchungszeitraum 77 Sendungen an 3sat zugeliefert, davon können 43 Sendungen einem der Kulturbegriffe zugerechnet werden. Unter den 43 zugelieferten Sendungen waren 16 Erstsendingen. Zu den Erstsendingen gehörten u.a. zwei Konzerte vom „22. Internationalen Jazzfestival Viersen 2008“, zwei Konzerte der „Leverkusener Jazztage 2008“ und ein Konzert des WDR Sinfonieorchesters Köln. Weiter wurde in einem Film die Kunst des Rainer Ruthenbeck vorgestellt und in dem Film „Klassentreffen in der Toskana“ auf den Neuen Deutschen Film zurückgeblickt.

Zulieferungen an Phoenix

Phoenix ist eines der zwei im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag genannten öffentlich-rechtlichen Spartenprogramme. Phoenix wird gemeinschaftlich von ARD und ZDF betrieben. Seine Schwerpunkte sind, wie in Kapitel 2 ausgeführt, Ereignisse und Dokumentationen. Dieses Programm hat also im Unterschied zu arte und 3sat kein ausgesprochenes Kulturprofil. Der WDR hat im November und Dezember 2008 199 Dokumentationen geliefert, davon hatten 70 einen Kulturbezug.

Zu Sendungen, die eher dem weiten Kulturbegriff zuzuordnen sind, gehört beispielsweise die Dokumentation „Heil Hitler und Alaaf!“ zum Karneval in der NS-Zeit, die Reihe zu Deutschen in Amerika, die Dokumentation „Heimatsuche – Jeckes in Israel“. Dem mittleren Kulturbegriff ist z.B. der Film „Greta Garbo und John Gilbert“ aus der Reihe „Die großen Romanzen des 20. Jahrhunderts“ zuzuordnen. Eher dem engen Kulturbegriff zurechenbar ist die Dokumentation „Die Manns – Ein Jahrhundertroman“.

Zulieferungen an Ki.Ka

Der Kinderkanal Ki.Ka ist das zweite ARD und ZDF betriebene Spartenprogramm, das sich vor allem an Kinder und Jugendliche richtet.

Der WDR liefert dem Ki.KA mit der „Sendung mit dem Elefanten“ und der „Sendung mit der Maus“ zwei wichtige Kindersendungen zu. Die „Sendung mit dem Elefanten“ richtet sich an Kinder zwischen 3 und 5 Jahren. Ein fester Bestandteil der „Sendung mit dem Elefanten“ sind die Lach- und Sachgeschichten, die hier für Vorschulkinder aufbereitet wurden. Neben Wissenswertem, wie z.B. ein Eis im Zeitraffer schmilzt, gibt es in dieser Sendung Lieder, Geschichten, Rätsel und Bewegungsspiele. Die „Sendung mit der Maus“ ist bereits ein Klassiker des Kinderfernsehens. Sie ist sonntäglich in Das Erste und im KI.KA zu sehen. Fester Bestandteil der „Sendung mit der Maus“ sind ebenfalls die „Lach- und Sachgeschichten“, in denen Kinder – aber auch Erwachsene – z.B. erfahren, wie ein Bleistift hergestellt wird.

Ein Beispiel dafür, wie im Kinderprogramm die Medien Buch, Lernsoftware, Tonträger und Fernsehen miteinander verbunden werden, ist der Film „Ritter Rost – Ein vorbildliches Weihnachtsfest“, der am 26.12.2008 im Ki.Ka gesendet wurde. Die im Terzio-Verlag erscheinende Ritter Rost-Serie ist multimedial angelegt. Von Büchern über CDs bis hin zu Klaviernoten für die Ritter Rost-Songs wird eine ganze Palette an „Kulturprodukten“ zur beliebten Figur geboten.

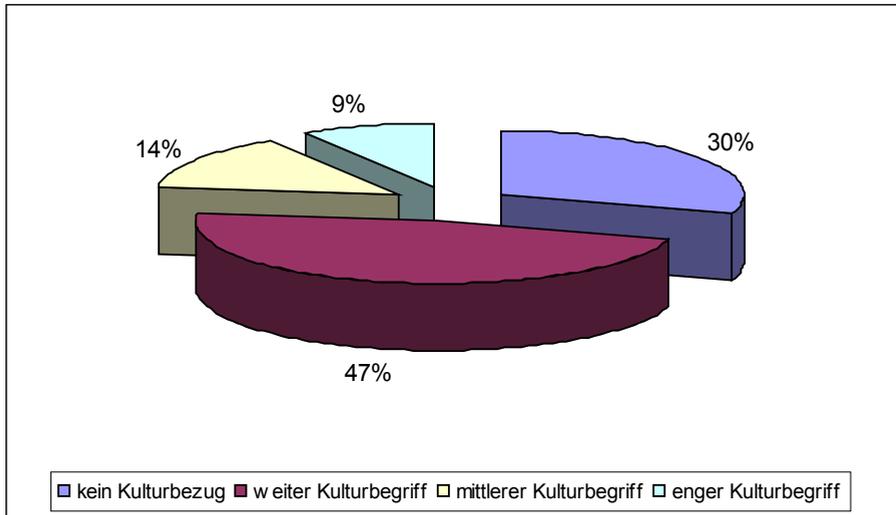
Weitere Serien, die der WDR dem Ki.Ka zuliefert und die ebenfalls auf Kinderbüchern basieren, sind beispielsweise die im Untersuchungszeitraum gesendeten Serien zum „Kleinen Eisbären“ oder auch „Jasper, der Pinguin“. Bei Kindern wird durch diese Fernsehsendungen das Interesse am Buch und damit dem eigenen Lesen oder auch dem Vorlesen geweckt.

Zulieferungen an Einsfestival

Einsfestival, digital empfangbar über Satellit (DVB-S), über Kabel (DVB-C), in einigen Regionen auch über Antenne (DVB-T) sowie über IPTV (z.B. T-Home, Arcor, Alice) und über Web TV (z.B. Zattoo), richtet sich vorrangig an junge Erwachsene. Das Programm von Einsfestival setzt sich aus Inhalten der Dritten Programme und aus Das Erste zusammen. Gemäß der eigenen Beschreibung gliedert sich das Programm in die Bestandteile Film, Comedy, Kultur in Serie, Fernsehschätze, Kultur zur Prime Time, Einsweiter. Das Magazin und MusikFestival auf. Untersucht wurde im Auftrag des WDR in der 44. Kalenderwoche (27.10. bis 02.11.2008) das Programm zwischen 06.00 Uhr und 1.00 Uhr.

Insgesamt wurden 7.981 Sendeminuten hinsichtlich ihres Kulturbezugs untersucht. Dabei wurde bei 30% kein Kulturbezug festgestellt, 47% konnten dem weiten Kulturbegriff zugeordnet werden, 14% dem mittleren und 9% dem engen.

DIAGRAMM 41: Kulturanteil in Einsfestival



Eigene Darstellung. Quelle: Programmanalyse Kultur, IFEM Köln, WDR Medienforschung

Die Federführung für Einsfestival liegt beim WDR. Beispiele für Sendungen mit Kulturbezug sind:

- **Film/Dokumentationen.** Nationale wie internationale Spielfilme und Spielfilmklassiker sowie aktuelle Fernsehfilme der ARD ergänzen das Angebot von Einsfestival. Zudem werden zahlreiche Dokumentationen und Dokumentarfilme gezeigt, wie z.B. „Der Imam von Penzberg“, „Die Klatschreporterin“, das Beziehungsdrama „Morgen räum ich auf“ oder die Tragikkomödie „Reine Familiensache“. In den Dokumentationen werden Künstler porträtiert, aber auch historische Hintergründe erklärt oder besondere Natur- und Tieraufnahmen gezeigt. Die Summe des Kulturanteils betrug hier ca. 52 Stunden/Woche (3.141 Minuten).
- **Comedy.** Comedy-Formate wie „Dittsche“ oder „Zimmer Frei!“ werden auf Einsfestival wiederholt. „Alfons und Gäste“, „Dittsche“, „Fritz & Hermann“, Aufzeichnungen der „Otto Show“ aus den Jahren 1973 und 1978 sowie „Schmidt & Pocher“ wurden in der Zeit vom 27. Oktober bis zum 2. November 2008 ausgestrahlt. In Summe trugen sie 278 Minuten zum mittleren und weiten Kulturanteil bei. Gezeigt wird eine Mischung aus Comedy, Kabarett, Satire und Comedy-Talk, bei der aktuelle Formate wie Klassiker eine ausgewogene Mischung darstellen.

- **Kultur in Serie.** Die „Lindenstraße“ wird auf Einsfestival am Sonntagabend wiederholt. Serienklassiker, von Zeichentrick bis Krimi, werden werktags zwischen 8.30 Uhr und 18.00 Uhr bzw. ab 21.15 Uhr ausgestrahlt. Während des untersuchten Zeitraums wurden zwei Episoden von „Der Fahnder“, acht Episoden „Der rosarote Panther“, eine Folge „Detektivbüro Roth“, elfmal „Lindenstraße“, ein „Polizeiruf 110“, dreimal die Kinderserie „Shaun, das Schaf“, zwei Folgen von „Das Traumhotel“ und fünfmal „Türkisch für Anfänger“ gezeigt. Insgesamt 1.232 Serienminuten wurden dem weiten Kulturbegriff zugerechnet, das entspricht ca. 20 Stunden pro Woche.
- **Musikkultur.** Im Bereich Musikkultur wird ebenfalls Altes, zu Kult avanciertes und Neues aus der nationalen wie internationalen Musikszene präsentiert. Zu sehen sind alte Kultformate, wie „Top of the Pops“ aber auch Konzerte einzelner Künstler und Bands. Dabei steht nicht nur Poppiges auf dem Programm, sondern auch Klassik und Jazz. Mozarts Klavierkonzert Nr. 21 C-Dur KV 467, gespielt vom Kammerorchester des DRS konnte ebenso genossen werden, wie Rockmusik von London live. Ein Wert von 243 Minuten Kultur in Musikformaten konnte bei der Analyse festgestellt werden. Das musikalische Angebot wird stetig im Programm durch Music-Clips ergänzt. Madonnas Musik, Björks Darbietung während eines Festivals und vieles mehr wird von den Programmplanern eingebaut, um das Programm aufzulockern. Diese Kulturminuten sind in obigen Wert nicht eingeflossen.
- **Kulturmagazine und reine Kulturformate.** Zu den Kulturmagazinen, die in der untersuchten Woche ausgestrahlt wurden, gehören „Einsweiter“, „Capriccio“, „Filmvorführer“, „Kino Kino“, „Kulturjournal“, „Kulturspiegel“, „Stillbruch“ und „ttt“. Ausgestrahlt wurden die Kulturmagazine während des Untersuchungszeitraums zwischen einmal und neunmal pro Woche. Hier wurden die Wiederholungen miteinbezogen. Die Sendungsdauer liegt, je nach Magazin, zwischen 15 und 30 Minuten. Insgesamt wurden vom 27. Oktober bis zum 2. November 2008 von allen Kulturmagazinen 505 Minuten Programm gesendet. Naturgemäß sind die Kulturmagazine Sendungen mit einem hohen Anteil von Beiträgen, die dem engen Kulturbegriff zuzurechnen sind. „Einsweiter“ ist das Kulturmagazin des digitalen Programms, das von montags bis donnerstags um 21.00 Uhr bei Einsfestival gesendet wird. Zusätzlich werden Wiederholungen der Sendungen ausgestrahlt. Angesprochen werden hier „gesellschaftliche Trends, innovative Entwicklungen, überraschende Entdeckungen und bemerkenswerte Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, vorzugsweise aus den Bereichen Kino, Musik, Design und neue Techniken – wo gibt es Veränderungen, was bewegt sich, was ist wirklich anders und wie stehen wir dazu?“ (<http://www.einsfestival.de/sendungen/einsweiter.jsp>).

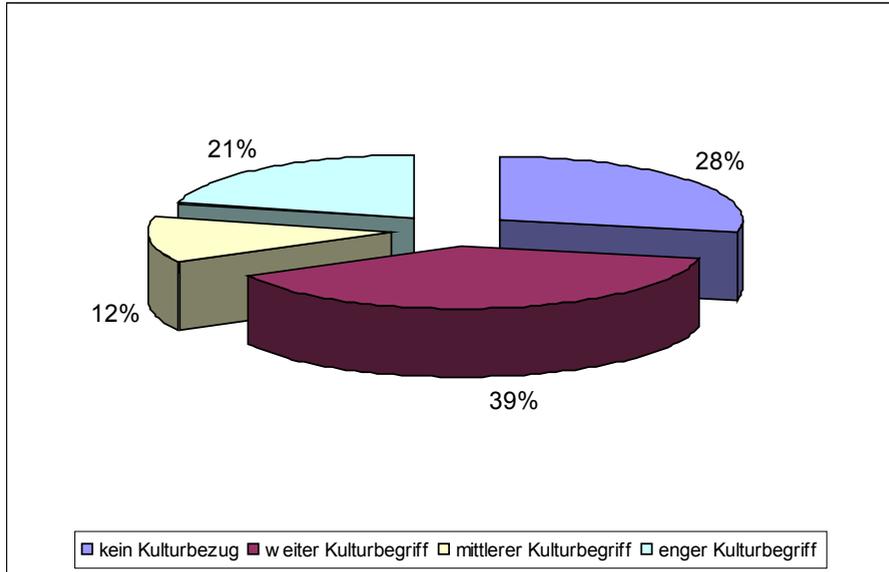
TABELLE 5: Differenzierung der Kulturanteile der Kulturmagazine auf Einsfestival in Minuten (27.10.–02.11.2008)

Kulturmagazin	Weiter Kulturbegriff	Mittlerer Kulturbegriff	Enger Kulturbegriff	Summe
Capriccio (2x30 min.)	0	0	29	29
EinsWeiter (9x15 min.)	11	75	22	108
Filmvorführer (1x15 min; 2x20 min.)	7	28	0	35
Kino Kino (3x15 min.)	0	29	0	29
Kulturjournal (1x30 min.)	0	7	23	30
Kulturspiegel (1x30 min.)	0	0	30	30
Stilbruch (2x30 min.)	1	24	40	64
ttt (3x30 min.)	0	7	84	91
Sendeminuten „Kultur“ insgesamt	19 (5%)	169 (41%)	228 (54%)	416

Quelle: Programmanalyse Kultur, IFEM Köln, WDR Medienforschung.
Erweitert durch die über die Programmübersicht von Einsfestival recherchierten Informationen.

Auf der Homepage von Einsfestival stößt der Nutzer unter der Rubrik Magazine auf den Satz: „Stürzen Sie sich in Einsfestival täglich in das Abenteuer Kultur!“ Und tatsächlich, von den gesendeten 505 Minuten Magazin sind 416 Minuten den gewählten Kulturbegriffen zuzuordnen (siehe Tabelle 5). Von diesen 416 Minuten zählen 228 (54%) zum engen Kulturbegriff. Auf den mittleren Kulturbegriff entfallen 169 Minuten (41%) und auf den weiten 19 Minuten (5%). Die restlichen Minuten entfielen u.a. auf An- und Abmoderationen.

DIAGRAMM 42: Kulturanteil im WDR Hörfunk



Eigene Darstellung. Quelle: Programmanalyse Kultur, IFEM Köln, WDR Medienforschung

5.1.3 Kultursendungen und -beiträge im Hörfunk

Der Hörfunk hat gegenüber dem Fernsehen einen wesentlichen Vorteil: aufgrund der vorhandenen sechs Hörfunkprogramme⁷⁵ (1LIVE, WDR 2, WDR 3, WDR 4, WDR 5 und Funkhaus Europa) kann ein jeweils auf bestimmte Zielgruppen zugeschnittenes Angebot gesendet werden, demgegenüber ist das WDR Fernsehen ein Vollprogramm und muss daher viel stärker als der Hörfunk verschiedene Zuschauergruppen innerhalb eines Programms ansprechen. Der Hörfunk hat also deutlich mehr Sende Flächen, in denen er Kultur anbieten kann. Diese Möglichkeit nutzt der WDR, wie die Programmanalyse zeigt.

⁷⁵ In die Programmanalyse wurde auch das inzwischen eingestellte Webradio 1LIVE Kunst einbezogen.

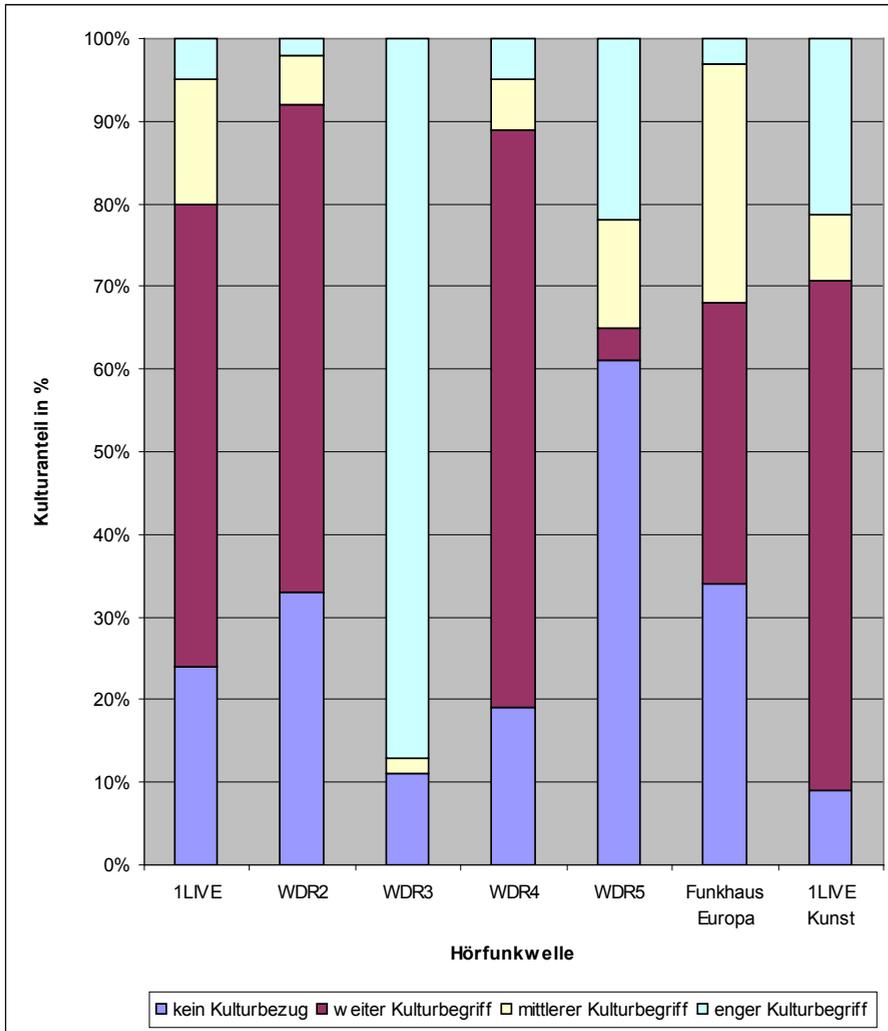
Der weitaus größte Teil des WDR Hörfunkprogramms (72%) ist, wie Diagramm 42 veranschaulicht, Kulturprogramm. Von diesen 72% Kulturprogramm entfällt der größte Teil auf Kultursendungen und -beiträge, die dem weiten Kulturbegriff zuzuordnen sind (39%), gefolgt von Sendungen oder Beiträgen, die den Ansprüchen des engen Kulturbegriffs (21%) entsprechen, 12% sind dem mittleren Kulturbegriff zuzuordnen. Lediglich 28% des Hörfunkprogramms haben keinen Kulturbezug.

Der WDR spielt hinsichtlich seines Hörfunkprogramms auf der Klaviatur seiner sechs Hörfunkwellen, hinzu kommt das im Internet empfangbare 1LIVE Kunst⁷⁶. Werden die einzelnen Hörfunkwellen betrachtet, ergibt sich folgendes Bild: Den höchsten Kulturanteil entsprechend dem weitesten Kulturbegriff haben die Wellen mit einem hohen Musikanteil im Programm. Das sind zuerst 1LIVE Kunst (91% Kultur, 9% kein Kulturbezug), WDR 3 (89% Kultur, 11% kein Kulturbezug), WDR 4 (81% Kultur, 19% kein Kulturbezug), 1LIVE (76% Kultur, 24% kein Kulturbezug), WDR 2 (67% Kultur, 33% kein Kulturbezug), Funkhaus Europa (66% Kultur, 34% kein Kulturbezug) und schließlich WDR 5 (39% Kultur, 61% kein Kulturbezug).

Dieses Ergebnis mag zuerst erstaunen, da manche eher WDR 5 als Kulturprogramm assoziieren als WDR 4 und auch im bereits erwähnten ARD-Kulturbuch WDR 5 als Kulturprogramm ausgewiesen wird. WDR 5 ist ein Programm mit einem spezifischen Profil im Bereich Politik, Wissenschaft und Gesellschaft. Musiksendungen oder Musikbeiträge spielen bei WDR 5 eine untergeordnete Rolle. Für diese Studie wurde aufgrund der kulturwirtschaftlichen Fragestellung aber keine Inhaltsanalyse verschiedener Wortbeiträge vorgenommen, sondern eine Kategorisierung nach verschiedenen Genres aus dem Kulturbereich. Daher kann sich WDR 5 als ein Programm mit qualitativ hochwertigen Wortsendungen, in denen auch Fragen nach dem kulturellen Zusammenleben in einem demokratischen Gemeinwesen aufgeworfen werden, bei dieser Kulturdefinition schlechter als „Kulturprogramm“ positionieren als WDR 4 mit einem klaren Musikprofil der leichten Muse. Der in Diagramm 43 dargestellte Kulturanteil der einzelnen WDR Hörfunkprogramme bedeutet also nicht, dass WDR 5 kein hochwertiges Programm ist. Im Gegenteil, es ist nur ein Programm mit einem geringen Musikanteil.

76 1LIVE Kunst wurde zwischenzeitlich eingestellt. Zum Zeitpunkt der Programmanalyse war es empfangbar und wird daher in die Darstellung einbezogen.

DIAGRAMM 43: Kulturanteile der verschiedenen Hörfunkprogramme des WDR



Eigene Darstellung. Quelle: Programmanalyse Kultur, IFEM Köln, WDR Medienforschung

Hörfunksendungen oder -beiträge, die dem engen Kulturbegriff zugeordnet wurden, sind beispielsweise:

- Live-Lesung „Der kleine Bruder“ von Sven Regner und Gespräch mit Sven Regner (1LIVE),
- Soundstory „Der Kongress der Supervisionäre“ (1LIVE),
- Nachrichten Marseille wird europäische Kulturhauptstadt (WDR 2),
- Nachrichten über Kinopremiere des Films „Der Baader-Meinhof-Komplex“ (WDR 2),
- WDR 2-Stichtag: Militärputsch Chile 1972/Victor Chara (WDR 2),
- WDR 2-Montalk, Gespräch mit dem Schriftsteller Sven Regner inkl. Auszug aus „Der kleine Bruder“ (WDR 2),
- WDR 3 Mosaik mit ernster Musik und Nachrichten zu Kunst und Kultur (WDR 3),
- Jazz mit O-Tönen von Jazzmusikern (WDR 3),
- Nachrichten Marseille wird europäische Kulturhauptstadt (WDR 3),
- Resonanzen mit Musik, Informationen zu Kunst und Kultur (WDR 3),
- WDR Open Soundworld Feature über die marokkanische Sängerin und Schriftstellerin Sappho (WDR 3),
- Nachrichten Marseille wird europäische Kulturhauptstadt (WDR 4),
- Nachrichten Kinopremiere des Films „Der Baader-Meinhof-Komplex“ (WDR 4),
- Operettenmusik (WDR 4),
- „Ohrenbär“ Radiogeschichten für kleine Leute (WDR 5),
- Hörspiel „Kellermanns Prozess“ (WDR 5),
- Lilipuz (Kinderradio) Moses Teil 3 „Wunder in der Wüste“ (WDR 5),
- Nachrichten Marseille wird europäische Kulturhauptstadt (WDR 5),
- Nachrichten Kinopremiere des Films „Der Bader-Meinhof-Komplex“ (WDR 5),
- Lesung (WDR 5),
- Scala mit Musik, Informationen und Nachrichten zu Kunst und Kultur (WDR 5),
- Tagesgespräch NS-Verbrechen vor Gericht/Diskussion (WDR 5),
- Zeitzeichen „Die Ermordung des chilenischen Volkssängers Viktor Jara“ (WDR 5),
- Musik (WDR Funkhaus Europa),
- Radiofeature „Filmmontage“, Schwerpunkt Ausstellung „Marinus/Heartfield“ (1LIVE Kunst),
- Report „Tag des geschlossenen Denkmals“ (1LIVE Kunst),
- Talk mit dem Sänger, Autor und Theaterregisseur Schorsch Kamerun (1LIVE Kunst).

Diese exemplarische Auswahl an Beiträgen und Sendungen, die dem engen Kulturbegriff zugeordnet werden können, zeigt die Austauschbeziehungen zwischen den verschiedenen Hörfunkwellen am Beispiel der Neuerscheinung des Buches „Der kleine Bruder“ von Sven Regner oder aber dem Gedenktag an den Militärputsch 1972 in Chile und die Ermordung des Volkssängers Viktor Jara. Die Bedeutung von Kulturnachrichten wie Entscheidungen zur Kulturhauptstadt 2013 oder einer Filmpremiere wie „Der Baader-Meinhof-Komplex“ wird ersichtlich. Die Kulturnachrichten erreichten Hörer aller Programme. Ebenfalls zeigt bereits diese Kurzzusammenstellung die Bedeutung von WDR 5 für das Profil des WDR als Sender mit einem anspruchsvollen Wortprogramm für Kinder und Erwachsene. Zwar ist der Anteil an Sendungen, die einem der drei Kulturbegriffe der Programmanalyse zugeordnet werden können, im Vergleich zu anderen Hörfunkprogrammen kleiner, dafür handelt es sich bei diesen Sendungen und Beiträgen in der Regel um hochwertige Wort- und nicht Musiksendungen bzw. -beiträge.

Sendungen und Beiträge, die in der Programmanalyse bei der Verwendung des mittleren Kulturbegriff dazu kommen, finden sich vor allem in Funkhaus Europa sowie 1LIVE. Beispiele für Sendungen oder Beiträge des mittleren Kulturbegriffs sind:

- Gespräch „You Tube will Gewaltvideos verbannen“ (1LIVE),
- Kirche in 1LIVE (1LIVE),
- Kirche in WDR 2: Die Reise nach Jerusalem (WDR 2),
- Musik (WDR 2),
- WDR open „Vorzeitiger Schlussverkauf – unvollendete Memoiren eines Toningenieurs“ (WDR 3),
- Die Reise nach Jerusalem (WDR 4),
- Das Philosophische Radio mit Gesprächen im Studio und mit Hörern (WDR 5),
- Mittagsecho Internationale Pressestimmen (WDR 5),
- Neugier genügt mit Redezeit: Oliver Kalkofe (WDR 5),
- WDR 5 Tischgespräch u.a. zum Thema Unterhaltungsmusik (WDR 5),
- Kulturbeutel: Sri Lanka als Reiseziel (Rätsel) (Funkhaus Europa),
- Reisetipp Linz, Vorbereitungen zur Kulturhauptstadt 2009 (Funkhaus Europa),
- Reportage Ausstellung „Die Tropen – Ansichten von der Mitte der Weltkugel“ (1LIVE Kunst),
- Portrait Catharina Elisabeth Goethe (1LIVE Kunst).

Der oben gezeigte kleine Ausschnitt von Sendungen und Beiträgen des mittleren Kulturbegriffs belegt, dass hier zusätzlich philosophische und religiöse Fragen eine wichtige Rolle spielen. In diesen Zusammenhang gehört auch das Wechselverhältnis von Kultur und Kirche. Auch hier zeichnet sich WDR 5 wiederum durch anspruchsvolle Diskussionen aus.

Sendungen und Beiträge, die beim weiten Kulturbegriff zusätzlich einbezogen wurden, haben bei WDR 4, WDR 2 und 1LIVE ihr Zuhause. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich hierbei in erster Linie um populäre Musik handelt. Um den weiten Kulturbegriff im Hörfunk zu illustrieren, sollen auch hier wieder einige Beispiele von Sendungen und Beiträgen des weiten Kulturbegriffs aufgeführt werden:

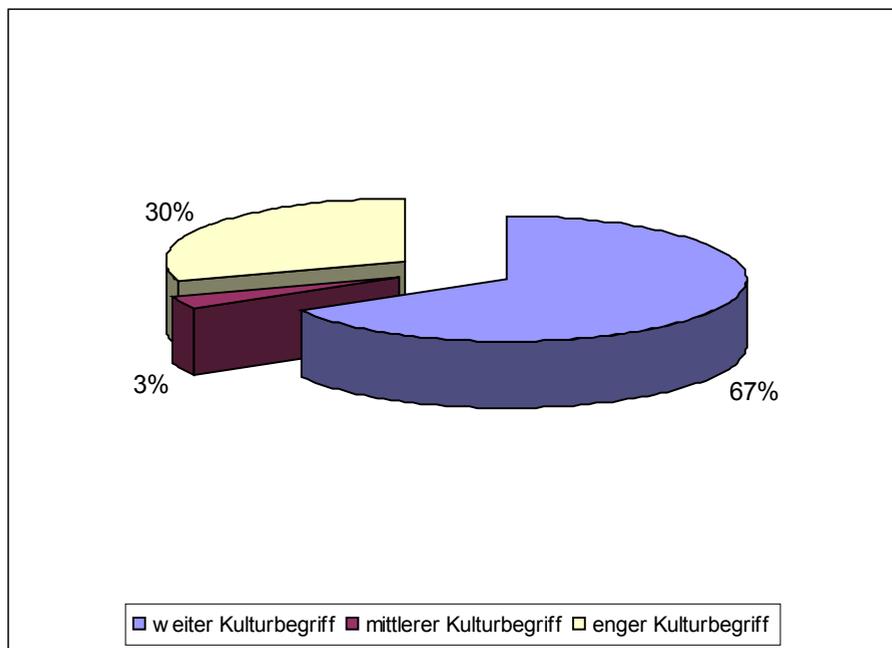
- ♦ Plan B-Talk mit Studiogast Ricky Wilson (1LIVE),
- ♦ „60 Jahre Vinyl-Schallplatte“ (1LIVE),
- ♦ Nachricht Pink Floyd Mitbegründer ist gestorben (WDR 2)
- ♦ Volker Pispers Kabarett (WDR 2),

Der WDR hat laut Programmanalyse am untersuchten Stichtag sowie den zusätzlich untersuchten flexiblen Sendestrecken⁷⁷ 32.426 Minuten Kultur gesendet. Hiervon sind 21.551 Sendeminuten (66,5%) dem weiten Kulturbegriff zuzurechnen, 1.081 Sendeminuten (3,3%) dem mittleren Kulturbegriff und 9.794 Sendeminuten (30,2%) dem engen. Diagramm 44 macht die Aufteilung der verschiedenen Kulturanteile noch einmal deutlich.

Der große Anteil der Sendungen und Beiträge, die ausschließlich beim weiten Kulturbegriff gezählt wurden, ist vor allem auf den sehr großen Stellenwert der Musik und hier insbesondere der populären Musik in all ihren Genres zurückzuführen. Allein bei den Sendungen des mittleren Kulturbegriffs spielt Musik keine Rolle. Es handelt sich zu 100% um Wortsendungen.

77 Hierunter sind die Sendungen erfasst, die nicht täglich gesendet werden.

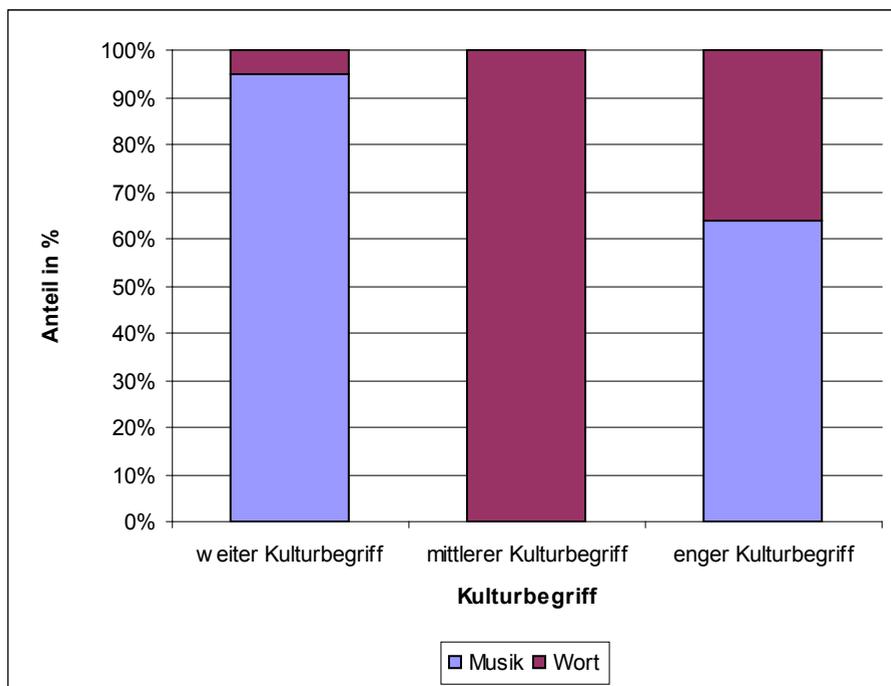
DIAGRAMM 44: Differenzierung der Kulturanteile im Hörfunkprogramm nach weitem, mittlerem und engem Kulturbegriff



Eigene Darstellung. Quelle: Programmanalyse Kultur, IFEM Köln, WDR Medienforschung

Unter den weiten Kulturbegriff fallen zu 95% Musikbeiträge und bei den engen zu 64%. Diese Aufstellung zeigt noch einmal, warum WDR 5 im Vergleich zu den anderen Hörfunkwellen mit Blick auf den hier angewandten Kulturbegriff einen relativ geringen Kulturanteil hat. WDR 5 ist vor allem ein Wortprogramm mit vielen Beiträgen aus Politik, Wissenschaft und Gesellschaft. Musik spielt nur eine untergeordnete Rolle.

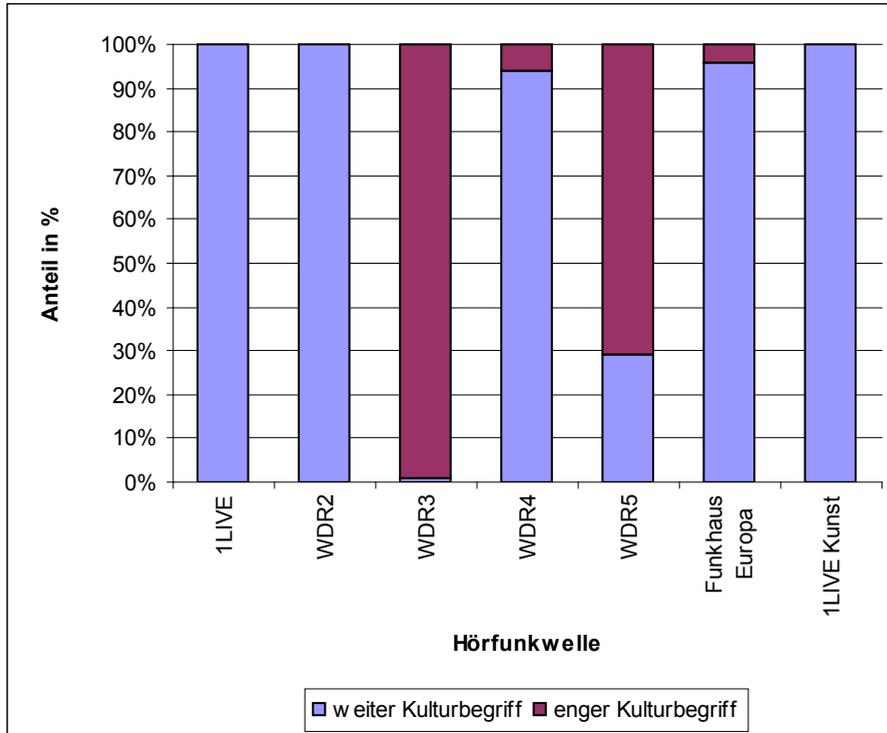
DIAGRAMM 45: Anteile von Wort und Musik an den Sendungen und Beiträgen des weiten, mittleren und engen Kulturbegriffs



Eigene Darstellung. Quelle: Programmanalyse Kultur, IFEM Köln, WDR Medienforschung

Das nachstehende Diagramm 46 belegt, dass insbesondere das Musikprogramm – oder auch die Musikfarbe – die Anmutung des Kulturprogramms prägt. 1LIVE, 1LIVE Kunst und auch WDR 2 senden zu 100% Musik, die dem weiten Kulturbegriff zugeordnet werden können. Musik des weiten Kulturbegriffs dominiert auch bei Funkhaus Europa und WDR 4 das Kulturprogramm. Demgegenüber wird bei WDR 5 vor allem Musik gesendet, die dem engeren Kulturbegriffs zuzurechnen ist.

DIAGRAMM 46: Musikanteile des weiten und des engen Kulturbegriffs in den verschiedenen Hörfunkprogrammen



Eigene Darstellung. Quelle: Programmanalyse Kultur, IFEM Köln, WDR Medienforschung

Musik, die dem engen Kulturbegriff zuzuordnen ist, dominiert im Kulturprogramm von WDR 3. Beide Kulturradios⁷⁸, WDR 3 und WDR 5, bieten also dem Hörer mit einem Musikgeschmack des engen Kulturbegriffs ein Angebot an anspruchsvoller Musik.

78 Auch wenn laut Programmanalyse WDR 5 einen eher geringen Kulturanteil aufweist, kann WDR 5 weiterhin als Kulturradio bezeichnet werden. Die Verschiebung, die durch die starke Prägung des ermittelten Kulturanteils durch Musik entsteht, wurde bereits dargestellt.

5.2 Kulturanteile des WDR im Vergleich mit anderen ARD-Anstalten

Um den Kulturanteil am WDR-Programm und in den WDR-Sendungen besser einschätzen zu können, soll ein Vergleich mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten unternommen werden. Da hier keine Programmanalyse vorgenommen wurde, werden die Übersichten der ARD-Jahrbücher zum Vergleich herangezogen. Die einzelnen ARD-Anstalten liefern für das ARD-Jahrbuch die Daten nach vorher vereinbarten Codierungsschlüsseln zu. Auch für den WDR wird in diesem Kapitel auf die Daten der ARD-Jahrbücher rekuriert und nicht die für diese Studie angefertigte Programmanalyse genutzt. Wiederum sollen ausschließlich der Bayerische Rundfunk, der Norddeutsche Rundfunk und der Südwestrundfunk⁷⁹ zum Vergleich herangezogen werden.

Für den Hörfunk wird in den ARD-Jahrbüchern dargestellt, welchen prozentualen Anteil an Sendeminuten am Gesamtprogramm die folgenden Bereiche haben:

- ♦ Information und Service,
- ♦ Kultur/Bildung,
- ♦ Unterhaltung,
- ♦ Rock-/Popmusik,
- ♦ Unterhaltungsmusik,
- ♦ Klassik.

Von den genannten sechs Kategorien sind bis auf Information und Service die weiteren fünf dem Kulturbereich zugehörig. Sendungen und Beiträge könnten, würde eine Programmanalyse durchgeführt werden, jeweils unter dem weiten, mittleren oder auch engen Kulturbegriff klassifiziert werden.

Alle vier Sender senden zum größten Teil Kultursendungen und -beiträge. Den größten Kulturanteil weist jeweils der SWR auf, gefolgt im Jahr 2001 vom NDR, danach kommt der WDR und zum Schluss der BR. In den Jahren 2004 und 2007 weist der WDR jeweils einen höheren Kulturanteil als der NDR auf. Der SWR ist nach wie vor Spitzenreiter hinsichtlich seines Kulturanteils im Hörfunk, gefolgt vom WDR, dem NDR und den BR.

79 Diese Sender sind, wie bereits an anderer Stelle ausgeführt, mit Blick auf ihre Größe und das zur Verfügung stehende Haushaltsvolumen am ehesten mit dem WDR vergleichbar.

TABELLE 6: Kulturanteil im Hörfunk von BR, NDR, SWR und WDR

2001	BR	NDR	SWR	WDR
Information/Service	34,8%	25,5%	18,1%	25,8%
Kultur	65,2%	74,5%	81,9%	74,2%
2004	BR	NDR	SWR	WDR
Information/Service	38,7%	33,1%	21,6%	24,8%
Kultur	61,3%	66,9%	78,4%	75,2%
2007	BR	NDR	SWR	WDR
Information/Service	35,2%	33,8%	20,7%	26,2%
Kultur	64,8%	66,2%	79,3%	73,8%

Eigene Berechnung nach ARD-Jahrbüchern 2002, 2005, 2008

Für das Fernsehen werden in den ARD-Jahrbüchern die anteiligen Sendeminuten in den dritten Fernsehprogrammen nach folgenden Ressorts ausgewiesen:

- ✦ Politik/Gesellschaft,
- ✦ Kultur/Wissenschaft,
- ✦ Religion,
- ✦ Sport,
- ✦ Fernsehspiel,
- ✦ Spielfilm,
- ✦ Unterhaltung,
- ✦ Musik,
- ✦ Familie,
- ✦ Bildung/Beratung,
- ✦ Spot/Überleitung.

Von diesen elf Kategorien zählen fünf zur Kultur und könnten bei einer Programm-analyse nach dem weiten, mittleren und engen Kulturbegriff kategorisiert werden. Es handelt sich dabei um: Kultur/Wissenschaft, Fernsehspiel, Spielfilm, Unterhaltung, Musik. Auch unter kulturwirtschaftlicher Perspektive zählen diese fünf zum Kulturbereich. Auch hier sollen wieder die Sender BR, NDR, SWR und WDR

TABELLE 7: Kulturanteil in den Dritten Programmen von BR, NDR/RB, SWR/SR und WDR

2001	BR	NDR/RB	SR/SWR	WDR
nicht Kultur	69,7%	66,3%	62,7%	67,5%
Kultur	30,3%	33,7%	37,3%	32,5%
2004	BR	NDR/RB	SR/SWR	WDR
nicht Kultur	64,1%	60,7%	60,3%	67,1%
Kultur	35,9%	39,3%	39,7%	32,9%
2007	BR	NDR/RB	SR/SWR	WDR
nicht Kultur	59,7%	63,5%	62%	69%
Kultur	40,3%	36,5%	38%	31%

Eigene Berechnung nach ARD-Jahrbüchern 2002, 2005, 2008

verglichen werden. Anzumerken ist, dass der NDR zusammen mit Radio Bremen sein drittes Programm gestaltet und der SWR mit dem Saarländischen Rundfunk. Anders als beim Hörfunk nehmen, wie Tabelle 7 zeigt, bei den dritten Fernsehprogrammen die nicht Kultur bezogenen Sendungen einen größeren Teil ein. Service-sendungen aber auch Sendungen zu Politik und Gesellschaft nehmen einen breiten Raum ein. Beim NDR/RB, SWR/SR und WDR sind wenige Veränderungen in den vorgestellten drei Jahren festzustellen. Der BR hat demgegenüber den Anteil der kulturbezogenen Sendungen von 30,3% im Jahr 2001 auf 40,3% im Jahr 2007 deutlich erhöht. Hier kann von einer Profilierung des Bayerischen Fernsehens gesprochen werden.

In den ARD-Jahrbüchern wird für das WDR Fernsehen ein geringerer Kulturanteil ausgewiesen als in der Programmanalyse ermittelt wurde. Das liegt darin begründet, dass in der Programmanalyse sehr viel kleinteiliger vorgegangen werden konnte. Sendungen und Beiträge, die programmlich im Politikressort eingeordnet waren, aber einem Kulturbezug zugeordnet werden konnten, wurden in der Programmanalyse einem der Kulturbegriffe zugerechnet. Diese Feinarbeit wird in den ARD-Jahrbüchern nicht geleistet. Da dieses aber für alle in den ARD-Jahrbüchern aufgeführten Rundfunkanstalten gilt, sind die Daten dieser Quelle untereinander durchaus vergleichbar.

Musik und Wort im WDR Hörfunk

6 MUSIK UND WORT IM WDR HÖRFUNK

Kultursendungen und -beiträge haben im Radio einen herausragenden Stellenwert, das wurde im vorherigen Kapitel anhand einer Programmanalyse des WDR Hörfunks im September 2008 und der Auswertung einer Stichprobe der ARD-Jahrbücher 2001, 2004 und 2007 zu den Kulturanteilen im Hörfunk des BR, des NDR, des SWR und des WDR belegt.

Dieser große Stellenwert, den die Kultur im Hörfunk hat, bedeutet, dass kulturinteressierte Hörer mit ganz unterschiedlichen kulturellen Vorlieben – vom weiten bis zum engen Kulturbegriff – ein Angebot beim WDR finden. Dieses spiegelt sich auch in der Radionutzung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten insgesamt wider. Laut ARD-Mediadaten⁸⁰ erreichen sie insgesamt in ihren Sendegebietern eine Reichweite von 50,2% der Hörfunknutzung. D.h.: gut die Hälfte aller Radionutzer hört öffentlich-rechtlich. Der WDR nimmt unter den ARD-Anstalten eine sehr gute Position ein. Er erreicht 48,7% Reichweite in der Hörfunknutzung. In Diagramm 47 wird die Reichweite von BR, NDR, SWR und WDR sowohl im Sendegebiet als auch national dargestellt. Im Vergleich dieser vier Sendeanstalten erreicht der WDR jeweils immer Platz 1.

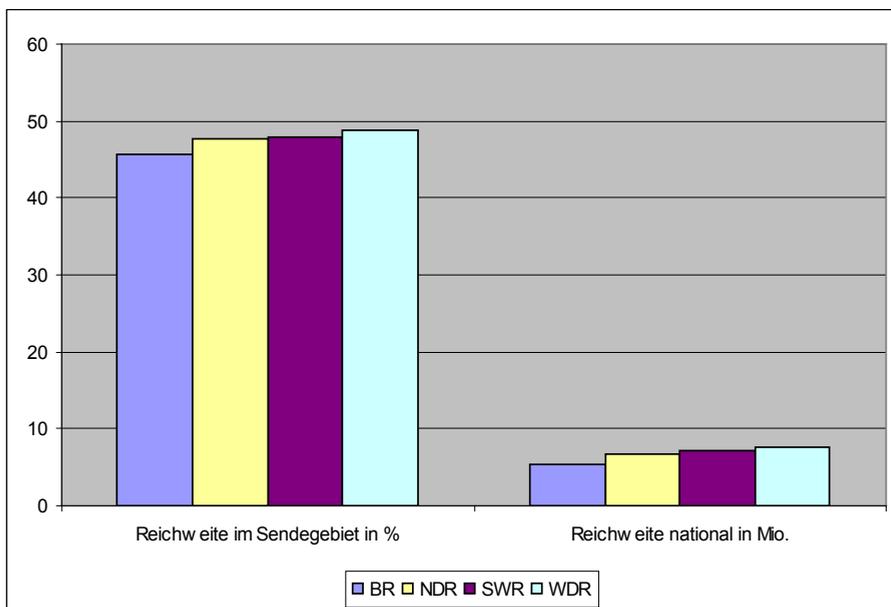
Das Hörfunkangebot des WDR trifft also insgesamt auf Zustimmung. Werden die einzelnen Wellen betrachtet, so ergeben sich laut Medienanalyse 2009 Radio/I⁸¹ folgende Reichweiten:

- ✦ 1LIVE 18,5% im Sendegebiet, 2,97 Mio. national,
- ✦ WDR 2 16,9% im Sendegebiet, 2,66 Mio. national,
- ✦ WDR 3 1,6% im Sendegebiet, 0,24 Mio. national,

80 Grundlage der Medienanalyse (ma) sind 66.053 Interviews, die von sechs unabhängigen Marktforschungsinstituten durchgeführt wurden. Der Betrachtungszeitraum lag zwischen dem 07.09.2008 und 14.12.2008 (Herbstwelle) sowie zwischen dem 04.01. und 19.04.2008 (Frühjahrs-welle). In die Befragung wurden Kinder zwischen 10 bis 13 Jahren einbezogen sowie gemäß Stichprobendefinition Erwachsene ab 14 Jahren. Gefragt wurde nach der Mediennutzung von Montag bis Sonntag zwischen 05.00 bis 24.00 Uhr. Vgl. http://www.ard.de/intern/basisdaten/hoerfunknutzung/h_26_23246_3Brfunknutzung_20der_20ard-programme_20_28m/-/id=55126/1ilrjo6/index.html, Zugriff 31.10.2009.

81 http://www.ard.de/intern/basisdaten/hoerfunknutzung/h_26_23246_3Brfunknutzung_20der_20ard-programme_20_28m/-/id=55126/1ilrjo6/index.html

DIAGRAMM 47: Reichweiten des BR-, NDR-, SWR- und WDR-Hörfunks im Sendegebiet und national laut Medienanalyse 2009/1



Eigene Darstellung nach: ARD-Kulturbuch, ma 2009/1⁸²

- ♦ WDR 4 16,0% im Sendegebiet, 2,47 Mio. national,
- ♦ WDR 5 2,8% im Sendegebiet, 0,44 Mio. national.

Die Wellen mit einem eher weiten Kulturbegriff wie 1LIVE, WDR 2 und WDR 4 erreichen die höchsten Reichweitenwerte. Dieses spricht aber nicht gegen die beiden „Kulturradios“ WDR 3 und WDR 5⁸³. Im Gegenteil, alle Kulturwellen erreichen eher geringe Hörerreichtweiten. Neben dem Bayerischen Rundfunk leistet sich nur der WDR zwei Kulturwellen. WDR 3 mit einem ausgeprägten Musikprofil im Be-

82 http://www.ard.de/intern/basisdaten/hoerfunknutzung/h_26_23246_3Brfunknutzung_20der_20ard-programme_20_28m/-/id=55126/1ilrjo6/index.html

83 Im vorherigen Kapitel wurde ausführlich dargestellt, dass WDR 5 bedingt durch seinen geringen Musikanteil bei der für diese Studie erstellten Programmanalyse zwar einen relativ geringen Kulturanteil im Programm aufweist, dennoch aber als Kulturradio bezeichnet werden kann.

TABELLE 8: Reichweiten der ARD-Kulturradios im Sendegebiet (%) und national (Mio. Zuhörer)

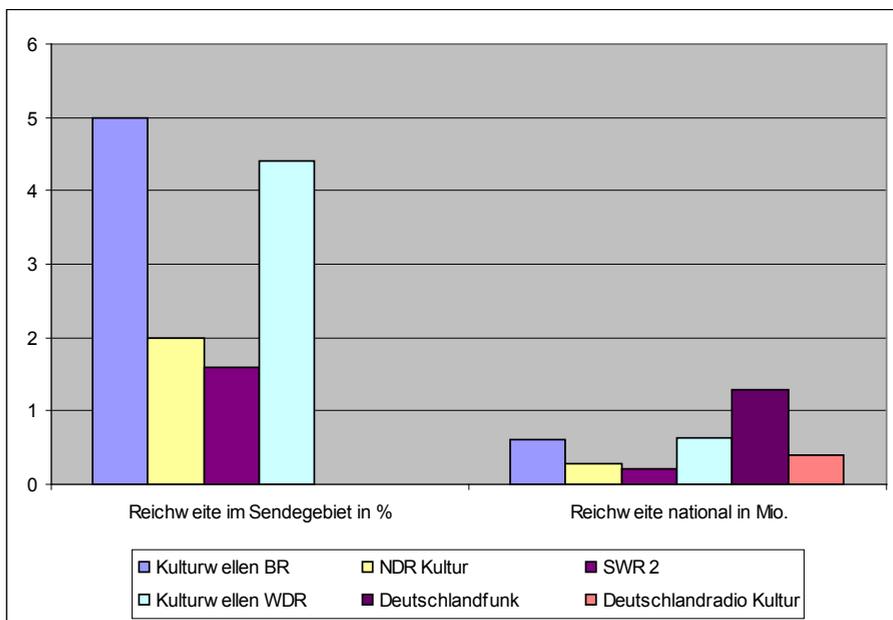
Sender	Reichweite im Sendegebiet	Reichweite national in Mio.
Bayern 2	3,1%	0,35
Bayern 4	1,9%	0,26
hrz kultur	1,7%	0,13
mdr Figaro	2,3%	0,20
NDR Kultur	2,0%	0,28
Nordwestradio	1,0%	0,03
rbb Kulturradio	2,2%	0,12
SR2 KulturRadio	1,9%	0,03
SWR2	1,6%	0,22
WDR 3	1,6%	0,24
WDR 5	2,8%	0,44

Quelle: ARD-Kulturbuch, ma 2009/I

reich der Ersten Musik und des Jazz sowie WDR 5 als Wortprogramm mit ausführlichen Informationen zu Politik, Gesellschaft, Kultur und Wissenschaft. Diese Zweiteilung in eine spezielle Musikkulturwelle und eine wortgeprägte Kulturwelle trifft sowohl auf den BR als auch den WDR zu. Die Kulturwellen des BR treffen bei der ma 2009/I mit zusammen 5% Reichweite im Sendegebiet auf eine etwas größere Resonanz als die des WDR mit zusammen 4,4% Reichweite. Dabei wurde eine Bruttokumulation der Reichweiten der Einzelprogramme vorgenommen. Beide Sender erreichen mit ihren ausdifferenzierten Kulturwellen aber mehr Hörer als die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, die nur eine Kulturwelle vorhalten.

Und auch den Vergleich zu den beiden Hörfunkprogrammen des Deutschlandradios (Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur) braucht der WDR nicht zu scheuen. Die Reichweite der beiden Kulturwellen des WDR national ist größer als die von Deutschlandradio Kultur. Festzuhalten ist aber, dass die Mehrzahl der Hörer ein Hörfunkangebot präferiert, das dem mittleren oder dem weiten Kulturbegriff entspricht. Dieses trifft nicht allein beim WDR, sondern bei allen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu.

DIAGRAMM 48: Reichweiten der Kulturwellen des BR-, NDR-, SWR- und WDR-Hörfunks sowie von Deutschlandradio



Eigene Darstellung nach: ARD-Kulturbuch, ma 2009/1

Werden die „Top Ten“ der Radioprogramme betrachtet, also jene, die am meisten Zuhörer erreichen, so sind hier aufgrund der Einwohnerstärke der Sendegebiete wieder die vier bereits mehrfach verglichenen Sender BR, NDR, SWR und WDR zu finden. Sie versorgen die einwohnerstärksten Länder⁸⁴. Das Radioprogramm mit den meisten Zuhörern ist radio nrw, das im bevölkerungsreichsten Bundesland, NRW, ausgestrahlt wird. Er wird gefolgt vom SWR, einem öffentlich-rechtlichen Programm und Antenne Bayern, einem privatwirtschaftlichen Anbieter. Der WDR ist als einzige öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt mit drei seiner Hörfunkwellen unter den Top Ten der Radioprogramme in Deutschland (Tagesreichweite Mo–Fr).

84 Das Sendegebiet von WDR und BR entspricht dabei jeweils einem Bundesland, NDR und SWR sind Mehrländeranstalten.

Mit 8,5 Mio. Hörern Tagesreichweite liegt der WDR mit seinen Hörfunkwellen 1Live, WDR 2 und WDR 4 deutlich vor dem privaten Konkurrenten radio nrw. Die Top Ten sind in Tabelle 9 zusammengestellt:

TABELLE 9: Top Ten der Hörfunkprogramme 2008
(öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten
und privat-kommerzielle Sender)

Rang	Programm	Tagesreichweite Mo-Fr (Mio.)
1	radio NRW (privat)	4,99
2	SWR 3 (öffentlich-rechtlich)	3,81
3	Antenne Bayern (privat)	3,44
4	1 LIVE	3,10
5	WDR 2	3,06
6	Bayern 1	3,05
7	NDR 1 Niedersachsen	2,48
8	Bayern 3	2,45
9	WDR 4	2,35
10	NDR 2	2,19

Quelle: ma 2009/I. http://www.wdr.de/unternehmen/programmprofil/quoten/hoerfunk/hitliste_brd.jsp

Es zeigt sich für den WDR, dass sich die Ausdifferenzierung der Hörfunkprogramme und deren klarer Wiedererkennungswert bewährt hat. Das WDR Radio kann so verschiedene Hörergruppen ansprechen.

Der WDR hat eine große Bedeutung für Kulturproduzenten, da er Aufträge an Künstler und Publizisten erteilt oder aber ihre Werke sendet. Insbesondere von Seiten des Musikbereiches wird die herausragende Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für das Musikleben immer wieder hervorgehoben. Beispielhaft hierfür stehen mit Blick auf die ernste Musik die Ausführungen von Mertens im bereits angeführten *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk (Mertens 2008).

6.1 Die Bedeutung des WDR für das Musikleben

Wenn an Kultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gedacht wird, speziell an Musikkultur, assoziieren viele zumeist ernste Musik. Unter kulturwirtschaftlichem Blickwinkel ist die ernste Musik aber nur ein Ausschnitt des gesamten Musiklebens. Mit Blick auf die rundfunkstaatsvertraglichen Vorgaben, die Vielfalt der Kultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu präsentieren, wäre es verkürzt, wenn nur die ernste Musik im Hörfunk unter Kultur verstanden würde. Der Musikpädagoge Jürgen Terhag bringt es im Interview auf den Punkt, wenn er sagt: *„Einem Klangebilde, das als Musik konzipiert wurde, kann nicht abgesprochen werden, auch Musik zu sein. Es will Musik sein, also ist es auch Musik. Niemand kann und sollte sich hier zum Entscheider aufschwingen, was ‚Musik‘ ist und was nicht; man kann höchstens sagen, dass einem ein Musikstück nicht gefällt und dieses Missfallen auch meinetwegen gern mit sehr deftigen Begriffen äußern, man kann sein Geschmacksurteil begründen, aber mehr auch nicht.“* (Terhag im Anhang) Es gilt also im Folgenden sowohl die Bedeutung des WDR Hörfunks für die populäre Musik als auch die ernste Musik zu analysieren.

6.1.1 Der WDR und populäre Musik

Die populäre Musik, die dem in der Inhaltsanalyse zugrundgelegten weiten oder auch dem mittleren Kulturbegriff entsprechen würde, findet in verschiedenen WDR-Programmen ihren Ort. 1LIVE steht für aktuelle Rock- und Popmusik, bei WDR 2 wird populäre Musik der letzten 30 Jahre geboten, Schlagerfans kommen bei WDR 4 auf ihre Kosten und Weltmusik wird von Funkhaus Europa präsentiert.

In den 1990er Jahren fand im WDR, wie in anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten auch, eine große Programmreform statt. Seither sind den verschiedenen Hörfunkprogrammen sogenannte Musikfarben zugeordnet. Diese Zuordnung der Musik zu bestimmten Hörfunkprogrammen leistet einen wichtigen Beitrag zur Hörerbindung. Radiohörer wissen meist sehr schnell, ob ein Programm dem eigenen Musikgeschmack entspricht oder nicht. Von der gehörten Musik wird auf das Wortprogramm geschlossen. Die größere Hörerbindung hat als Kehrseite, dass Überraschendes, Unbekanntes nur mehr im Rahmen des gewählten Programms, ergo der Musikfarbe, zu hören ist. Jürgen Terhag beschreibt es für sich so: *„Seit aber die Musikpsychologie in den 1980er Jahren die Sender durchleuchtet hat und die ‚Farben‘ der Sender erfand, scheint ein Programm, das Überraschungen bereithält, nicht mehr machbar zu sein. Der Hörer weiß seit dieser Zeit bereits innerhalb der ersten Sekunden, um welchen Sender es sich handelt. Alles wurde durchgestylt. Persönlich finde ich diese Entwicklung als herben Verlust.“* (Terhag im Anhang)

„Musikfarben“ der Sender sind die berühmte Medaille mit den zwei Seiten: auf der einen Seite die Hörerbindung durch ein zielgruppenspezifisches Programm mit hoher Akzeptanz, auf der anderen weniger Überraschungen.

6.1.1.1 Rock und Pop bei 1LIVE

1LIVE ist das Radioprogramm des WDR, das sich an die jungen Hörer richtet. Die „Musikfarbe“ ist aktuelle Rock- und Popmusik sowie Dance-Musik. Im Wortbereich findet neben der zielgruppenspezifischen journalistischen Berichterstattung beispielsweise Comedy ihren Platz. Für Rock- und Popmusiker hat die Präsenz im 1LIVE-Programm eine sehr große Bedeutung, da, wie bereits gezeigt wurde, dieses Programm sehr viele Hörer erreicht. 1LIVE ist damit ein sehr wichtiger Multiplikator für Künstler. Musik, die hier gespielt wird, erfährt Anerkennung, dieses bedeutet einen Zugewinn an Renommee für die betreffenden Musiker, der sich in Live-Auftritten oder auch dem Abverkauf von Tonträgern niederschlagen kann.

Die bis vor wenigen Jahren unabdingbare Tonträgerbemusterung der Redaktionen wurde seit Juni 2004 durch ein neues Verfahren abgelöst. Seit diesem Zeitpunkt liefert PhonoNet Gesellschaft für Handelsdienstleistungen mbH dem Sender die Titel via Internet. PhonoNet wurde 1991 mit dem Ziel gegründet, *„den Datenaustausch zwischen Handel, Medien und Industrie zu standardisieren und damit entscheidend zu vereinfachen.“* (<http://www.musikindustrie.de/phononet.html>). 1LIVE nutzt das so genannte Music Promotion Network (kurz MPN), welches eine umfassende Übersicht über musikalische Neuerscheinungen liefert. Nach eigenen Angaben der Gesellschaft nutzen über 500 Labels diesen Service. Auf diese Weise werden jährlich 120.000 Titel an mehr als 200 Radiosender über den Webservice versandt (Angaben von Mai 2009).

Darüber hinaus senden vor allem kleinere Labels (oftmals Indie- oder Rockmusik) Tonträger an 1LIVE. Nach eigenen Angaben gehen bei 1LIVE 40 bis 50 Titel pro Woche ein. Zusammen mit den von MPN bezogenen Tonträgern werden pro Redakteur in der Woche zwischen 100 und 120 Titel abgehört und geprüft, ob sie in eine der Sendungen passen. Bei 1LIVE sind unterschiedliche Redakteure und DJs damit betraut, die Musik für die einzelnen Sendungen zusammenzustellen. Die neuen Titel werden dabei im Programm anhand spezieller Moderationen und On-Air-Design-Elementen kenntlich gemacht.

Im Bereich Rock und Pop, teilweise auch im Bereich Dance, ist 1LIVE in NRW klar federführend. Es ist daher für Musiker von immenser Attraktivität, bei 1LIVE gespielt zu werden.

*Förderung des Nachwuchses – „1LIVE Heimatcult“,
„1LIVE – Das erste Mal“, „1 LIVE Krone“*

Die Frage, wie viele Newcomer und wie viele etablierte Künstler im Tagesprogramm von 1LIVE laufen, kann nur schwer und annähernd beantwortet werden. Die frühere Musik- und Eventchefin des Senders, Andrea Schafarczyk, erklärte auf Nachfrage, dass hier nicht trennscharf unterschieden werden könne, wann Musiker etabliert seien und wann nicht. Oftmals sei es so, dass die Bekanntheit einer Band oder eines Interpreten in einer ganz bestimmten „Szene“ vorhanden, diese Band breiten Hörerkreisen aber noch nicht vertraut ist. Im Gegensatz zu den kommerziellen Privatsendern spielt 1LIVE, laut Schafarczyk, neue Künstler von Anfang an und wartet nicht, bis sich diese bei den Hörern durchgesetzt haben.

Das Format „1LIVE Heimatcult“ gibt Newcomern aus NRW die Möglichkeit, sich ihren potenziellen neuen Fans zu präsentieren. Sie können ihre Demo-Tapes, CDs oder Musikfiles bei 1LIVE einsenden. Newcomer ohne Plattenvertrag oder Nachwuchskünstler, die noch ganz am Anfang ihrer Karriere sind, können so größere Bekanntheit erlangen. Damit wird der Einstieg in die Musikbranche erleichtert. Diese Titel laufen allerdings in der Regel nicht im „normalen“ Programm, sondern in erster Linie in der Sendung „1LIVE Heimatcult“.

Über die Ausstrahlung der Titel in „1LIVE Heimatcult“ hinaus haben die Newcomer die Gelegenheit, sich auf der Website von 1LIVE unter dem Button „Heimatcult“ anhand eines Fragebogens den Hörern und potenziellen Fans vorzustellen. Neben einem Foto der Musiker existiert auch ein Link, über den der aktuelle Titel der Gruppe oder des Sängers angehört werden kann. Und natürlich fehlt auch der Link zu der entsprechenden Seite auf MySpace nicht, sofern vorhanden. Die Klickzahlen der Rubrik sind nach Angaben von 1LIVE sehr gut. Pro Monat werden durchschnittlich zwischen 7 und 9 Künstler vorgestellt. Den absoluten Großteil machen Musikbands aus, Einzelkünstler kommen eher weniger vor.

Der Herkunft der Bands nach ist eine deutliche Konzentration auf die Stadt Köln zu verzeichnen. Von den 90 Bands, deren Musik 2008 bei „1LIVE Heimatcult“ gesendet wurden, stammen 19 aus Köln. Aus Düsseldorf stammen 6, aus Bochum und Paderborn 5, aus Bonn, Dortmund, Herne und Münster 4, aus Neuss 3, aus Aachen, Bielefeld, Essen und Oberhausen 2 und ansonsten jeweils eine pro Stadt⁸⁵. Auf die Frage, ob es eine Dominanz des Kölner Raumes bei den vorgestellten

85 Die Bands stammen aus folgenden Städten: Bad Oeynhausen, Borken, Datteln, Detmold, Dierdorf, Dinslaken, Duisburg, Finnentrop, Geilenkirchen, Gelsenkirchen, Gummersbach, Heinsberg, Herdorf, Iserlohn, Kempen, Krefeld, Lengerich, Leverkusen, Mönchengladbach, Nottuln, Ratingen, Recklinghausen, Remscheid, Rheinberg, Stadthagen, Sundern, Wermelskirchen und Wetztingen.

ten Bands gäbe, antwortete Andrea Schafarczyk wie folgt: *„Zwar kommen einige Bands und Solokünstler aus Köln, Düsseldorf oder Umgebung, generell entsteht aber überall dort Musik, wo junge Menschen sind. Viele Künstler kommen auch aus den eher ländlicheren Regionen.“* (Schafarczyk im Anhang).

Wöchentlich gehen nach Angaben von 1LIVE zwischen zehn und 20 Bewerbungen für „1LIVE Heimarkult“ ein. Bei 1LIVE präsent zu sein, ist vielen Bands ein überaus wichtiges Anliegen, denn der Sender, wie Andrea Schafarczyk während des Interviews treffend herausstellte, ist für junge Menschen der größte Massenkommunikator Deutschlands. Durch die Musik des Tagesprogramms wie durch die Vorstellung von Nachwuchsmusikern liefert der Sender den Zuhörern Orientierung, die in Zeiten von MySpace und YouTube oftmals verloren geht. Die redaktionelle Zusammenstellung der Sendungen und Musiktitel bietet den Hörern bereits eine Vorauswahl, die gegenüber dem ungeordneten Angebot von MySpace und YouTube geschätzt wird.

Neben der Musikpromotion via Radio und Internet gibt 1LIVE Nachwuchsmusikern bei Veranstaltungen die Möglichkeit Präsenz zu zeigen. Hervorzuheben ist hier das WDR Radiofestival „1LIVE – Das erste Mal“, das von 1LIVE veranstaltet wird. Bei „1LIVE – Das erste Mal“ wird *„den Newcomern ein Pate zur Seite gestellt, der bestenfalls am Anfang seiner Karriere ebenfalls dort aufgetreten ist. Dieser etablierte Künstler oder die Band, die bereits Fuß gefasst hat, sorgt für hohe Zuschauerzahlen, was wiederum den Newcomern eine extrem große Plattform liefert. Bei ‚1LIVE – das erste Mal‘ in Krefeld vor zwei Jahren stand zum Beispiel Clueso Pate, die Nachwuchsbands waren damals Polarkreis 18 und die Kilians, beides mittlerweile sehr erfolgreiche Bands. Auch bei dem Festival ‚Bochum Total‘, das von 1LIVE als Partner mit einer eigenen Bühne unterstützt wird, treten immer viele Bands auf, die noch ganz am Anfang ihrer Karriere stehen.“* (Schafarczyk im Anhang). Als Beispiele für Künstler, die in den letzten Jahren als Pate zur Verfügung standen, nennt Schafarczyk Seed, Raemon, Mia, Wir sind Helden, Sportfreunde Stiller.

Im Rahmen der „1LIVE Krone“, Deutschlands größtem Radiopreis, werden ebenfalls Newcomer gefördert und bekannt gemacht – und zwar über die Kategorie „Bester Newcomer“. Die „1LIVE Krone“ für den besten Newcomer wurde seit der Erstverleihung im Jahr 2000 an Reamonn, No Angels, Wonderwall, Wir sind Helden, Silbermond, Tokio Hotel, Revolverheld, Boundzound und Stefanie Heinzmann vergeben. Die meisten der Genannten haben es mittlerweile geschafft, sich in der Musikwelt als anerkannte Künstler durchzusetzen. Das Besondere an dem Preis ist, dass er vom Publikum vergeben wird. Im Vorfeld der Auszeichnungen stimmen die Hörer des Senders auf den Internetseiten von 1LIVE ab, wer ihrer Meinung nach der beste Newcomer des Jahres war. Die Identifikation der Hörer mit den Künstlern ist hier von zentraler Bedeutung. Wie wichtig der Preis, die Auf-

tritte und die Anwesenheit der Künstler bei der Verleihung der „1LIVE Krone“ sind, spiegelt sich in der Tatsache wider, dass, so die ehemalige Musik- und Eventchefin des Senders, die allermeisten geladenen Künstler auch kommen. Wichtig ist dabei zu wissen, dass die „1LIVE Krone“ nicht nur im Radio übertragen, sondern auch im WDR Fernsehen ausgestrahlt wird. Ein Beispiel für die erfolgreiche Musikförderung durch 1LIVE ist die Band „Luxuslärm“ aus Iserlohn. Sie hat nach der Vorstellung bei „1LIVE Heimatkult“ einen Plattenvertrag bekommen und wurde bei der „1LIVE Krone“ als „Bester Newcomer“ nominiert.

Bei „1LIVE Heimatkult“ und „1LIVE Krone“ handelt es sich um sehr unterschiedliche Konzepte der Musikförderung. Während „1LIVE Heimatkult“ einer Vielzahl von Künstlern eine Plattform bietet, um erste Schritte in den musikalischen Berufsalltag zu wagen oder um sich überhaupt einmal vor einem größeren Publikum zu präsentieren und von ihm wahrgenommen zu werden, zeichnet die „1LIVE Krone“ Nachwuchskünstler aus, die bereits eine gewisse Bekanntheit erlangt haben und an der Schwelle zu einer professionellen Karriere stehen.

Die Leistungen von 1LIVE als Musikförderer wurden 2006 von der Musikwirtschaft mit dem „Echo“ in der Kategorie Medienpartner des Jahres belohnt. Diese Auszeichnung kommentierte der Wellenchef von 1LIVE, Jochen Rausch, mit den folgenden Worten: *„Es gehört zum Programmauftrag eines öffentlich-rechtlichen Senders, auch junge, unbekannte Künstler vorzustellen ...“* (http://www.mediabiz.de/Download/Echo_special_2006.pdf, Zugriff auf URL am 06.05.2009).

Campusradios – eine Konkurrenz?

Bei allem Engagement von 1LIVE hapert es, nach Aussagen von Didi Stahlschmidt, an der Förderung der Independent Musik. Hier stellen nach seiner Auffassung die Campusradios⁸⁶ eine Ausnahme in NRW dar. *„Die Campusradios machen genau das Gegenteil zu 1LIVE. Sie bedienen zu fast 100% eine Indie-Szene. Das aber leider nur im ‚Uni-Sendebereich‘. Womöglich fehlt es 1LIVE an Senderaum, um Ähnliches auf die Beine zu stellen“* (Stahlschmidt im Anhang). Ein Blick auf den Programminhalt von HERTZ 87,9 – Campusradio für Bielefeld bestätigt diese Aussagen und zeigt zugleich die große Bandbreite der Formate an:

- ♦ Montag: Hard Attack – Metal und mehr
- ♦ Dienstag: eclipse – EBM, Darkwave & Gothic
- ♦ Mittwoch: Popmoderne – Cross the Border – Close the Gap

86 Campusradios oder Hochschulradios gehören zum nichtkommerziellen Lokalfunk. Sie werden von Studierenden der jeweiligen Hochschulen betrieben. Sie senden teilweise nur stundenweise bzw. teilweise auf die Semester bezogen.

- ♦ Donnerstag: SoKo 87,9 – Punk & Ska
- ♦ Freitag: Open Turntables – DJs legen live bei uns im Studio auf
- ♦ Samstag: The Breaks – Rap, Funk & Soul
- ♦ Sonntag (21–22 Uhr): Jazzabend – Jazz, Jazz und noch mal Jazz
- ♦ Sonntag (22–23 Uhr): Make Electro A Threat Again – Electro

Die Campusradios verfügen nicht nur über eine große musikalische Bandbreite, sie betätigen sich auch als Musikpromoter für oftmals von den anderen Sendern vernachlässigte Musikrichtungen. Bei Campus Total (Dortmund) nahmen im November 2008 sechs Nachwuchsbands an dem mittlerweile sehr beliebten Bandwettbewerb teil. U.a. traten Nachwuchsbands aus Menden, Fröndenberg oder Dortmund auf. Den Gewinnern, die von einer Jury aus Musikproduzenten und Vertretern unterschiedlicher Labels gekürt wurden, winkten professionelle Studioaufnahmen und eine Schulung in Sachen PR- und Marketingberatung für die eigene Band.

Trotz der großen Bedeutung der Campusradios für die Independent-Szene stellen sie keine echte Konkurrenz für 1 LIVE dar. 1 LIVE hat wesentlich mehr Hörer und dadurch eine ungleich größere Breitenwirkung. So wichtig die Basisarbeit der Campusradios für die Rock- und Pop- und insbesondere die Independent-Szene vor Ort ist, so wenig können sie die Breitenwirkung von 1 LIVE ersetzen.

Mit der Sendung „1LIVE Plan B⁸⁷“ bietet 1LIVE jedoch seinen Hörern ein Format mit alternativer Indie-Musik, die sich vom üblichen Tagesprogramm deutlich unterscheidet. Darüber hinaus hat 1LIVE mehrerer Spezialsendungen im Programm. Vor allem die Sendung „1LIVE Fiehe“ (So 22.00 bis 1.00 Uhr) sowie die DJ-Sendungen von 0.00 bis 1.00 Uhr bilden Musik der Subkultur ab.

6.1.1.2 Leichte Musik bei WDR 4

Was für den jugendlichen Rock- und Popmusik-Fan 1LIVE und für den erwachsenen WDR 2 ist, das ist für die Freunde der leichten Musik WDR 4. Das Motto des Senders ist „Schönes bleibt“. Diese Aussage ist auch ein erster Hinweis, an wen sich WDR 4 vor allem richtet, nämlich an ein Publikum, das vom Radio gerne an vergangene Zeiten erinnert wird. Sowohl die Schlagermusik als auch Operettenmusik und andere Liebhabermusik findet hier ihren Ort.

Schlagermusik

WDR 4, allein die Erwähnung des Hörfunkprogramms ruft sehr unterschiedlich geartete Assoziationen hervor. Schlager sind doch kein Teil der Kultur, Schlager

87 Montag bis Donnerstag 20.00 bis 23.00 Uhr, Sonntag 20.00 bis 22.00 Uhr.

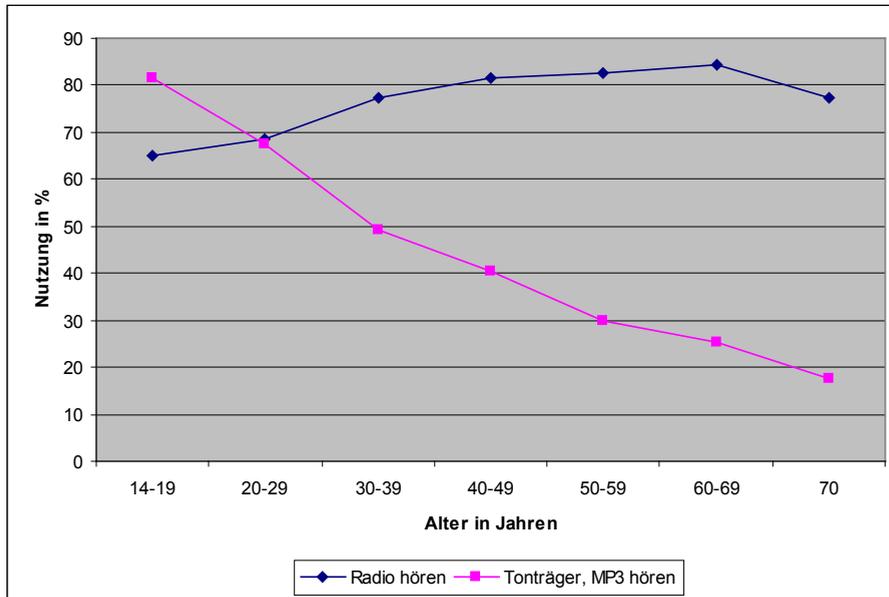
vermitteln seichte Inhalte und beduseln den oftmals ebenso „seichten“ Hörer. Realität? Vorurteil? Egal. Schlager sind, wie das „Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland“ hervorhob, Melodien für Millionen.

Das „Haus der Geschichte“ widmete dem Schlager, der das letzte Jahrhundert prägte wie kaum eine andere Musikrichtung, eine eigene Ausstellung (Melodien für Millionen, 2008). Historisch wird das Thema also ernst genommen und sachlich aufgearbeitet. Melodien, die Millionen begeisterten und weiterhin begeistern werden, können nicht per se ausgeklammert werden. Nicht, dass an dieser Stelle Jürgen Drews mit Anna Netrebko verglichen werden soll. Übergangen werden sollte das Thema jedoch keinesfalls. Jürgen Terhag, Professor für Musikpädagogik an der Hochschule für Musik & Tanz Köln, stellte hierzu treffend fest: *„Alles, was mit dem Willen erzeugt wird, andere Menschen zu unterhalten, zu bilden oder ihnen neue Hörerlebnisse oder Ausdrucksmittel zu verschaffen, ist selbstverständlich Kultur. Das dümmste Werturteil im musikalischen Bereich ist der immer wieder gern benutzte Satz: ‚Das ist doch keine Musik mehr‘. Man könnte allenfalls sagen: ‚Das ist für mich keine Musik‘.“* (Terhag im Anhang).

Neben dem „Haus der Geschichte“ beschäftigt sich zum Beispiel auch der Kulturwirtschaftsbericht von Niedersachsen ausgiebig mit dem Schlager als wesentlichen Bestandteil der Musik- und somit auch der Kulturwirtschaft. Hier wird nicht die Nase darüber gerümpft, dass es Interpreten gibt, die behaupten „Ich war noch niemals in New York“ oder die für „Ein bißchen Frieden“ eintreten. Vielmehr werden die realen Gegebenheiten der Schlagerbranche geschildert, die Leistungen des Musikgenres für die Musikwirtschaft geschildert und Empfehlungen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen gegeben (Kulturwirtschaftsbericht Niedersachsen 2008, S. 134ff).

Schlagermusik und WDR 4 sind, wie bereits erwähnt, eine untrennbare Symbiose eingegangen. Das Erreichen einer großen Zahl an Rundfunkhörern ist für eine Schlagerkarriere noch viel bedeutsamer als für Rock/Popmusiker. Schlagermusiker entwickeln ganz eigene Karrieremuster. Sie haben oftmals zuerst einen „Brotberuf“, an dem sie auch noch längere Zeit festhalten, bevor sie sich einer professionellen Musikerlaufbahn zuwenden. Neben der Relevanz des Mediums Radio sind es vor allem auch die Live-Auftritte vor einem meist regionalen und kleinen, aber dafür sehr auf Identifikation mit dem Künstler angelegten Publikum, die für den Grundstein einer Karriere in diesem Bereich ausschlaggebend sind. (Kulturwirtschaftsbericht Niedersachsen 2008, 135). *„Das traditionelle Schlagerpublikum geht gerne in Konzerte, hört Radio und sieht die Lieblingsmusiker im Fernsehen an. Physische Tonträger spielen nur bei den Topstars eine große Rolle“* (Kulturwirtschaftsbericht Niedersachsen 2008, 136). Das Radio hat also gerade für Schlagermusiker eine herausragende Bedeutung.

DIAGRAMM 49: Vergleich des Radiohörens und des Hörens von Tonträgern i.w.S. in verschiedenen Alterskohorten



Eigene Darstellung nach Mediennutzung und Freizeitbeschäftigung 2007⁸⁸

Dieses spiegelt sich auch in den von der ARD-Medienforschung ermittelten Daten zur Mediennutzung wider. Überwiegt bei den 14- bis 19-Jährigen das Hören von Tonträgern i.w.S. (Schallplatten, Kassetten, CDs und MP3s) das Radiohören, so kehrt sich das Verhältnis bei der Altersgruppe der 20- bis 29-Jährigen bereits um. Hier gewinnt das Radio an Bedeutung. Ältere Nutzergruppen, die mit Blick auf den WDR eher WDR 4 hören, gehören zu denjenigen, die am seltensten Tonträger nutzen. Für Schlagermusiker ist daher das Radio essentiell, um präsent zu sein und dadurch Angebote für Auftritte zu bekommen und um Vergütungen als Leistungsschutzberechtigte aus der GVL zu erhalten.

WDR 4 ist daher wie 1LIVE von herausragender musikwirtschaftlicher Bedeutung.

88 http://www.ard.de/intern/basisdaten/mediennutzung/mediennutzung_20und_20freizeitbesch_26_23228_3Bfti/-/id=54992/15w2mhl/index.html

Liebhabsendungen

WDR 4 bietet für Liebhaber spezieller Musikrichtungen Sendungen an.

Ausgewählte Beispiele hierfür sind:

Chansons und Liederliches. Hier werden bekannte Chansons sowie Lieder von Liedermachern wie Reinhard Mey, Hannes Wader und anderen gespielt.

Chorstunde. In der Sendung Chorstunde Donnerstag von 21.05 bis 22.00 Uhr wird deutsche Chormusik gespielt. Dabei kommen unterschiedliche Genres von Volksliedern bis Shantys zum Zuge.

Folklore der Heimat. Dienstag von 20.05 bis 21.00 Uhr werden deutschsprachige Volkslieder gespielt. Bemerkenswert ist, dass sie in stilechten Vokalsätzen und original instrumentiert gespielt werden. Diese Sendung unterscheidet sich damit von der sogenannten volkstümlichen Musik.

Go, Götz, Go! Götz Alsmann präsentiert Montag von 20.05 bis 21.00 Uhr musikalische „Schmankerln“ aus der Schlager-, Pop- und Jazzmusik.

Operette. Am Freitag zwischen 20.00 und 22.00 Uhr kommen die Operettenfreunde auf ihre Kosten. Hier werden Komponisten- oder Interpretenportraits gesendet. Ebenso werden musikalische Hörerwünsche erfüllt. Am ersten Freitag eines Monats wird eine Operette gespielt.

Schellack-Schätzchen. In dieser Sendung (Montag 21.05 bis 22.00 Uhr) wird alte Tanz- und Unterhaltungsmusik gespielt. Oftmals präsentieren Sammler oder Musikautoren selbst Sammlerstücke.

In seinen Liebhabersendungen zeigt der WDR besonders seine Verantwortung für die Pflege von Vokalmusik in deutscher Sprache. Ebenso wird deutlich, dass die oftmals unterschätzte Unterhaltungsmusik weit gefächert ist. Die Bewahrung und Weiterentwicklung der kulturellen Vielfalt in der Unterhaltungsmusik hat ihren Ort bei WDR 4.

6.1.2 Der WDR und die sogenannte ernste Musik

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten übernehmen eine wesentliche Funktion bei der Verbreitung und Förderung der zeitgenössischen ernsten Musik. Dieser Musik haftet das Image an, kompliziert und unverständlich, verkopft und wenig sinnlich zu sein.

WDR-Klangkörper

Die WDR Klangkörper haben sich die Musikförderung auf die Fahne geschrieben. Christoph Stahl, Leiter der Hauptabteilung Orchester und Chor des WDR, sagte hierzu im Interview: „Die ‚Neue Musik‘ findet in den WDR-Klangkörpern überaus kompetente, inspirierte und erfahrene Partner.“ Und weiter: „Alle vier Klangkörper zählen qualitativ zur deutschen Spitze. Kernaufgabe ist es, ein breitgefächertes Programm sowohl in den Konzertsälen des Landes, in den Musikzentren Deutschlands und Europas als auch in den Hörfunkprogrammen des WDR, des WDR Fernsehens und der gesamten ARD anzubieten.“ (Stahl im Anhang)

Den besonderen Stellenwert der WDR-Klangkörper hob der WDR-Rundfunkrat hervor, indem er das WDR Sinfonieorchester, das WDR Rundfunkorchester, die WDR Big-Band und den WDR Rundfunkchor für unverzichtbar für das kulturelle Geschehen im Land (MIZ 2005) beschrieb. Die Unverzichtbarkeit der Klangkörper für die Kulturlandschaft beruht nicht zuletzt auf ihren jeweils unverwechselbaren Profilen. Die WDR-Klangkörper sind in NRW, in ganz Deutschland, in Europa und teilweise auch in anderen Erdteilen zu hören. Das WDR Sinfonieorchester Köln, das vorerst bis 2010 von Chefdirigent Semyon Bychkov geleitet wird, „ist nicht nur das ‚Haus-Orchester‘ des WDR für Hörfunk- und Fernsehproduktionen“, als das es sich auf der eigenen Internetseite unter anderem präsentiert, sondern auch eine feste Größe in der deutschen Musiklandschaft; und darüber hinaus. „Neben der Pflege des klassisch-romantischen Repertoires machte sich das WDR Sinfonieorchester Köln vor allem durch seine Interpretationen der Musik des 20. Jahrhunderts einen Namen.“ (<http://www.wdr.de/radio/orchester//sinfonie/portraet/geschichte/index.phtml>; Zugriff: 15.05.2009).

Die WDR-Klangkörper

Das **WDR Sinfonieorchester Köln** ist mit 118 Musikern nicht nur der personenstärkste Klangkörper, sondern mit einem Reisegewicht von 9260 kg auch buchstäblich das musikalische Schwergewicht des Senders. Sein weltweites Renommee wird nicht nur anhand der Tatsache deutlich, dass das Sinfonieorchester zusammen mit der WDR Big Band die meisten Auslandskonzerte spielt und generell die höchste Aufführungsanzahl nachweisen kann. Ebenfalls hinsichtlich seiner Qualität hervorzuheben sind die zahlreichen CD-Veröffentlichungen, die unter Chefdirigenten wie Christoph von Dohnányi, Zdenek Macal, Hiroshi Wakasugi, Gary Bertini, Hans Vonk und Semyon Bychkov entstanden. Zu dem Repertoire des Orchesters gehört neben den Interpreta-

tionen der Musik des 20. Jahrhunderts auch die Pflege der klassisch-romantischen Musik. Zusammen mit zeitgenössischen Komponisten wie Karlheinz Stockhausen und Bernd Alois Zimmermann führte das WDR Sinfonieorchester verschiedene Werke auf. Diese waren zum Teil Auftragskompositionen des Senders, was als weiteres Indiz für die Musikförderung seitens des WDR betrachtet werden kann. Produktionen des WDR Sinfonieorchesters wurden mit dem Echo Klassik (2006) und dem Midem Classical Award ausgezeichnet.

Anders als das WDR Sinfonieorchester ist das **WDR Rundfunkorchester** weniger auf klassische und zeitgenössische ernste Musik fokussiert. Sein Spektrum umfasst vor allem U-Musik, Operette, Filmmusik, Musical, Jazzverwandtes und Sonderbereiche der klassischen Musik. Noch unter Chefdirigent Helmuth Froschauer baute das für einen Grammy nominierte Rundfunkorchester seine Tourneetätigkeit seit 2001 aus. Auch innerhalb der Stadt Köln ist dieser Klangkörper sehr aktiv. Weiterhin wird das Rundfunkorchester zu zahlreichen nationalen wie internationalen Musikfestspielen eingeladen. Mit seinen 56 Musikern ist das Rundfunkorchester personell halb so stark besetzt wie das Sinfonieorchester.

Besondere Zusammenarbeiten existieren jeweils zwischen dem WDR-Sinfonieorchester und dem WDR Rundfunkorchester mit dem **WDR Rundfunkchor**. Dieser besteht seit 1947 und präsentiert seitdem mit den genannten Klangkörpern aber auch „solo“ bei zahlreichen Veranstaltungen sowie bei Fernseh- und Radioaufnahmen, im Studio oder bei CD-Produktionen. Momentan sorgen 48 Sängerinnen und Sänger des Rundfunkchors, der u.a. von Rupert Huber, Herbert Schernus und Helmuth Froschauer dirigiert wurde, für die Vielseitigkeit im Repertoire. Dabei reicht das Spektrum des Chors von Mittelalterlicher Musik bis hin zu Neuer Musik, aufgeführt werden Stücke der geistlichen Musik ebenso wie Stücke aus Operetten.

Der vierte Klangkörper im Bunde ist die **WDR Big Band**, die seit dem Jahr 1946 existiert. Der von der Anzahl der Musiker kleinste Klangkörper (18 Musiker) steht in der Tradition der deutschen Tanz- und Unterhaltungsmusik. Die Big-Band wurde bereits mit zwei Grammys ausgezeichnet. Otto Gerdes, Adalbert Luczkowski, Werner Müller, Jerry van Rooyen und Bill Dobbins verhalfen der WDR-Big Band als Arrangeur und Bandleader zu weltweitem Ruhm. Im Herbst 2003 ist Michael Abene zum Chefdirigenten, ersten Komponisten und Arrangeur der WDR Big Band Köln ernannt worden.

Detaillierte Informationen zu den Klangkörpern sind besonders gut aufgearbeitet auf der Kinderseite „Klangkiste“ (<http://klangkiste.wdr.de//card/extra/startseite.phtml?version=html>). Hörernah zeigen sich die Musiker des WDR darüber hinaus, indem sie zu Probenbesuchen einladen.

Die herausragende Bedeutung der WDR-Klangkörper wurde von zahlreichen Interviewpartnern hervorgehoben. Die WDR-Klangkörper an sich sind bereits sehr wichtige Partner bei musikalischen Veranstaltungen. Bei dem „Klavier-Festival Ruhr“ kommt es zu regelmäßigen Zusammenarbeiten mit dem WDR Sinfonieorchester und mit der WDR Big Band. Und auch auf der Zeche Zollverein tritt einer der WDR-Klangkörper fortwährend in Erscheinung. *„Die WDR Big Band spielt jährlich mindestens dreimal auf der Zeche Zollverein. Eine Premiere findet in Köln statt, die andere bei uns. Weltstars treten bei uns auf. Durch diese Kooperation haben wir ein sehr anspruchsvolles, niveauvolles Programm, das wir perfekt in unsere eigene Konzertreihe einbinden können. Die Veranstaltung wird sehr gut angenommen, der Saal ist immer voll. Auf uns allein gestellt würden wir die Weltstars vielleicht gar nicht bekommen.“* (Nölle im Anhang).

Auch von einer anderen Warte aus betrachtet, sind die häufigen Aufführungen der Klangkörper von großer Bedeutung. So bereichern sie nicht nur die Kulturlandschaft, sondern dienen den Musikern in NRW als Mittel der Fortbildung. Da die Musiker nicht auf allen Konzerten anwesend sein können und so die neuesten Entwicklungen in der Musikszene nach verfolgen können, stellen die über das Radio ausgestrahlten Mitschnitte von Konzerten ein wichtiges Instrument der Informationsbeschaffung für sie dar. Des Weiteren leisten die Klangkörper einen wichtigen Beitrag zum guten Namen der Stadt Köln als Kunst- und Kulturmetropole. Nicht zuletzt die große Kunstfertigkeit der Musiker der Klangkörper zieht Künstler aus der ganzen Welt an. *„Die Musiker, die in dieser Big Band spielen, haben eine ungeheuere Bandbreite, was die Beherrschung unterschiedlicher Musikstile angeht. Sie werden jeder musikalischen Aufgabe gerecht. Um ein Projekt zum Klingen zu bringen, braucht man eine sensible Arbeitsatmosphäre, gute Planung und Infrastruktur im Hintergrund. Das alles habe ich bei der WDR Big Band vorgefunden. Die Anstrengungen, die die Vorbereitung für mein Musikprojekt beansprucht haben, waren in der Probenwoche mit der WDR Big Band wie weggeblasen, weil ich mich sehr aufgehoben gefühlt habe.“* (Pérez im Anhang)

Die Strahlkraft der Klangkörper gilt für NRW, aber sicherlich, wie bereits durch die Interviews anklang, auch deutschland- und weltweit. Diese globale Präsenz ist u.a. auf die Auftritte der Klangkörper außerhalb von NRW zurückzuführen. Allein 2007 tourte das WDR Sinfonieorchester durch die USA, Südamerika, China, Gran Canaria, Osteuropa und machte Halt in San Sebastian. Die anderen Klangkörper waren nicht minder aktiv. Tabelle 10 ist zu entnehmen, dass die WDR-Klangkörper in den Jahren 2006 bis 2008 insgesamt 565 Mal aufgetreten sind.

TABELLE 10: Konzerte der WDR Klangkörper 2006–2008

Klangkörper	2006	2007	2008	Summe
WDR Sinfonieorchester	61	81	81	223
WDR Rundfunkchor	28	26	27	81
WDR Rundfunkorchester	38	33	43	114
WDR Big Band	51	39	57	147
Insgesamt	178	179	208	565

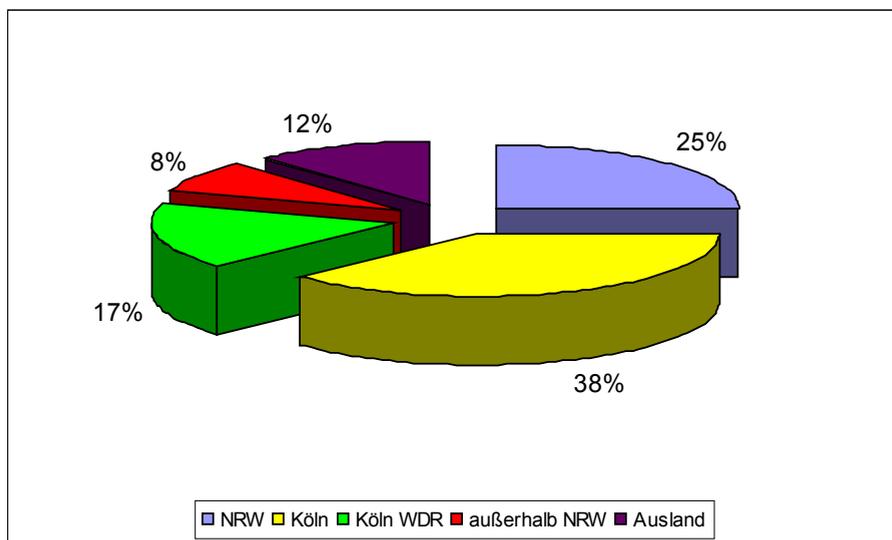
Quelle: Eigene Darstellung anhand der Angaben zu den Konzerten der WDR-Klangkörper auf den Internetseiten des WDR (<http://www.wdr.de/radio/orchester/allekonzerte/index.phtml>; Zugriff: 01.06.2009). Frühere Jahre waren auf diesem Wege nicht ermittelbar.

Die WDR-Klangkörper treten regelmäßig in nordrhein-westfälischen Städten und darüber hinaus auf. Dabei ist die Anzahl der Veranstaltungen im Jahr 2008 deutlich gestiegen auf über 200. Der aufführungstärkste Klangkörper ist das WDR Sinfonieorchester. Gefolgt von der WDR Big Band, dem WDR Rundfunkorchester und dem WDR Rundfunkchor. Hinsichtlich der regionalen und überregionalen Ausdifferenzierung ergibt sich das in Diagramm 50 dargestellte Bild.

Überwiegend fanden Veranstaltungen der Klangkörper in Köln statt. 55 % der Veranstaltungen wurden entweder im WDR-Funkhaus, in der Kölner Philharmonie aber auch an so beeindruckenden Orten wie dem Kölner Dom durchgeführt. Innerhalb von NRW werden die verschiedensten Orte bespielt. Dabei stehen keinesfalls ausschließlich die Metropolen des Ruhrgebietes und des Rheinlandes im Vordergrund. Vielmehr fanden auch Aufführungen in kleineren und mittleren Städten, wie Meschede, Menden, Rietberg oder Gronau, statt.

Internationale Auftritte standen in den Jahren 2006 bis 2008 besonders auf dem Programm des Sinfonieorchesters und der Big Band. Wobei die Big Band durchschnittlich häufiger im Ausland zu sehen ist als das Sinfonieorchester. Ausschlaggebend für den hohen Wert im Jahr 2007 war die Südosteuropa-Tournee, die das Sinfonieorchester u.a. nach Budapest, Tallinn, Athen und Zagreb führte. Unter dem Motto „Von Heidelberg bis Madrid“ tourte die WDR Big Band in den Jahre 2007 und 2008 im Rahmen der Konzertreihe „Roots 'n Grooves“ durch zahlreiche europäische Städte.

DIAGRAMM 50: Regionale Aufteilung der Konzerte der WDR Klangkörper 2006 bis 2008



Quelle: Eigene Darstellung.

Das WDR Rundfunkorchester und der WDR Rundfunkchor sind, was die Konzerte außerhalb Deutschlands anbelangt, weniger aktiv. Ihre Präsenz liegt ganz eindeutig im Land Nordrhein-Westfalen. Insgesamt wurde in den Jahren 2006 bis 2008 an 39 unterschiedlichen Orten gespielt. Wird der Untersuchungszeitraum auf die Jahre 1994, 1999, 2004, 2005, 2006 und 2008 erweitert – was hier exemplarisch im Fall der WDR-Big Band gemacht wurde – so ist zu konstatieren, dass die Big Band in diesen Jahren an insgesamt 37 unterschiedlichen Orten in NRW aufgetreten ist.

Neben der Präsenz der Klangkörper in den Städten in NRW und in der ganzen Welt bereichern und gestalten sie das Hörfunkprogramm nachhaltig. Die Klangkörper liefern für den Hörfunk ca. 284 Stunden Programm pro Jahr und sorgen überdies für die stetige Erweiterung des musikalischen Archivs des WDR, das musikalische Beiträge zur Nutzung im Programm vorhält (http://www.wdr.de/unternehmen/rundfunkrat/pressemitteilung/2005_03_16.jhtml).

TABELLE 11: Veranstaltungen der einzelnen WDR Klangkörper nach Orten (2006–2008)

WDR Sinfonieorchester						
Jahr	NRW	Köln	Köln WDR	außerhalb NRW	außerhalb Dtl.	Summe
2006	4	37	12	6	2	61
2007	3	43	15	3	17	81
2008	8	44	15	8	6	81
Insgesamt	15	124	42	17	25	223
WDR Rundfunkchor						
Jahr	NRW	Köln	Köln WDR	außerhalb NRW	außerhalb Dtl.	Summe
2006	9	11	8	0	0	28
2007	5	12	4	1	4	26
2008	10	11	5	1	0	27
Insgesamt	24	34	17	2	4	81
WDR Rundfunkorchester						
Jahr	NRW	Köln	Köln WDR	außerhalb NRW	außerhalb Dtl.	Summe
2006	9	13	5	11	0	38
2007	4	5	9	7	8	33
2008	17	8	16	2	0	43
Insgesamt	30	26	30	20	8	114
WDR Big Band						
Jahr	NRW	Köln	Köln WDR	außerhalb NRW	außerhalb Dtl.	Summe
2006	33	6	3	1	8	51
2007	16	11	1	2	9	39
2008	23	14	4	5	11	57
Insgesamt	72	31	8	8	28	147

Quelle: Eigene Darstellung anhand der Angaben zu den Konzerten der WDR-Klangkörper auf den Internetseiten des WDR (<http://www.wdr.de/radio/orchester/allekonzerte/index.phtml>; Zugriff: 01.06.2009)

TABELLE 12: Übersicht über Konzerte von Klangkörpern ausgewählter ARD-Anstalten im Jahr 2007

Rundfunkanstalt	Anzahl
BR	63
HR	77
MDR	126
WDR	179
SWR	229
ARD insgesamt	880

Quelle: Erstellt nach den Angaben aus dem ARD Kulturbuch 2008.

Ein stichprobenartiger Vergleich mit den Aktivitäten einiger anderer ARD-Anstalten für das Jahr 2007 ergibt, dass (siehe Tabelle 12) die Konzertaktivitäten der ARD-Klangkörper sehr unterschiedlich sind. Diese Unterschiede liegen zum Teil darin begründet, dass die Anstalten nicht die gleiche Anzahl von Klangkörpern⁸⁹ aufweisen. Der WDR, fasst man die Ergebnisse der oben stehenden Tabelle zusammen, kann auf 179 Konzerte im Jahr 2007 zurückblicken. Der BR hingegen, der allerdings einen Klangkörper weniger aufweist, kommt auf 63 Konzerte. Zum weiteren Vergleich: das HR-Sinfonieorchester veranstaltet im Jahr 2007 insgesamt 77 Konzerte. Aktiver als die Klangkörper des WDR sind nur noch die des SWR, die immerhin 229 Konzerte absolvierten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der SWR zwei Sinfonieorchester hat. Von den 880 stattgefundenen Konzerten aller ARD-Klangkörper verantwortete der WDR allein 20%. Wie aktiv die Klangkörper der

89 Klangkörper des BR: Symphonieorchester des Bayerischen Rundfunks, Chor des Bayerischen Rundfunks, Münchner Rundfunkorchester; Klangkörper des HR: hr-Sinfonieorchester, hr-Bigband; Klangkörper des MDR: MDR Sinfonieorchester, MDR Rundfunkchor, MDR Kinderchor; Klangkörper des NDR: NDR Sinfonieorchester, NDR Radiophilharmonie, NDR Chor, NDR Bigband; Klangkörper des SR: bis Spielzeit 2006/2007 Rundfunk-Sinfonieorchester, seit Spielzeit 2007/2008 Deutsche Radio Philharmonie Saarbrücken Kaiserslautern; Klangkörper des SWR: SWR Sinfonieorchester Baden-Baden und Freiburg, Radiosinfonieorchester Stuttgart des SWR, bis Spielzeit 2006/2007 SWR Rundfunkorchester Kaiserslautern, seit Spielzeit 2007/2008 Deutsche Radio Philharmonie Saarbrücken Kaiserslautern, SWR Vokalensemble Stuttgart, SWR Big Band, EXPERIMENTALSTUDIO des SWR.

jeweiligen Rundfunkanstalten sind, hängt folglich nicht nur von deren Anzahl ab, sondern auch von anderen Faktoren, denen an dieser Stelle nicht weiter nachgegangen werden kann.

Der WDR gab zur Finanzierung der Eigenproduktionen seiner vier Klangkörper 2007 rd. 7 Mio. Euro aus. Die Produktionen und Mitschnitte von Veranstaltungen werden dabei in verschiedenen Sendungen des Hörfunkprogramms ausgestrahlt, dieses betrifft insbesondere WDR 3 und WDR 4. Auch wenn der WDR bei WDR 3 und WDR 4 selbstverständlich Musik von Tonträgern spielt, steuern die Klangkörper dennoch einen erheblichen Teil zu den Programmen bei und versorgen so die Hörer mit hochkarätiger E- und auch U-Musik.

Nicht vergessen werden darf bei der Betrachtung der Leistung der Orchester ihr ideeller Mehrwert, der nicht mit Geld aufzuwiegen ist. Durch die mühevollen Rekonstruktion von Kompositionen des russischen Komponisten Prokofjew, die sonst wahrscheinlich in Vergessenheit geraten wären, leistete beispielsweise das WDR Rundfunkorchester einen sehr wichtigen Bestandteil zum Erhalt des kulturellen musikalischen Erbes (WDR Radioprogramm 22.01.–04.02.2007, 7).

Weiter übernehmen die verschiedenen Klangkörper wichtige Aufgaben in der kulturellen Bildung.

Aufträge an Komponisten und Arrangeure

Darüber hinaus arbeiten die Klangkörper immer wieder mit Musikern, Dirigenten, Komponisten und Arrangeuren „von auswärts“ zusammen. Wichtig im Rahmen der Musikförderung sind die vom WDR vergebenen Kompositionsaufträge. Entsprechend äußerte sich WDR 3-Programmchef Karl Karst: *„Es gehört zur großen Tradition des Westdeutschen Rundfunks, durch aktive Beauftragung von Kompositionen Impulse für die Entwicklung neuester Musik und Kultur zu geben, die es erfahrungsgemäß sehr schwer hat, ohne Unterstützung zu entstehen.“* (WDR Radioprogramm 19.03.–01.04.2007, 7).

Und der Leiter der Hauptabteilung Orchester und Chor des WDR, Christoph Stahl, führte im Interview aus: *„Der WDR ist ein wichtiger Auftraggeber für Komponisten. Die von den Klangkörpern gespielten Uraufführungen ziehen nicht selten ein internationales Publikum an.“* Und weiter: *„Mit dem ‚Komponisten der Saison‘ und dem ‚Composers in Residence‘ stellen das WDR Sinfonieorchester und der WDR Rundfunkchor jeweils einen Komponisten in den Brennpunkt ihrer Aktivitäten im Bereich der Neuen Musik. Für das WDR Rundfunkorchester arbeiten zahlreiche Komponisten (und Arrangeure) der gehobenen Unterhaltungsmusik. Ein Heer von Komponisten und Arrangeuren beschäftigt die WDR Big Band, deren Programm fast ausschließlich aus Uraufführungen besteht. Mit ihren Projekten greifen beide Klangkörper in zahlreichen Projekten tagesaktuelle Strömungen auf.“* (Stahl im Anhang)

TABELLE 13: Kompositionsaufträge des WDR
in den Jahren 2000, 2006, 2007 und 2008

Jahr	E-Musik (WDR ₃ und Klangkörper)		Hörspielmusik/Jazz/div.	
	€ gesamt	Anzahl	€ gesamt	Anzahl
2000	208.000	39	76.000	35
2006	166.500	49	55.500	22
2007	349.400	66	40.000	17
2008	273.600	55	30.700	12

Quelle: Zulieferung HF Mittelbewirtschaftung.

„Der WDR hat einen internationalen Ruf und ist daher ein Magnet für Musiker aus der ganzen Welt. Köln ist als Kunststadt insofern musikalisch vom WDR durch und durch geprägt“, berichtet der aus Argentinien stammende Musiker Gabriel Pérez, der 2008 mit dem WDR Jazzpreis ausgezeichnet wurde. Auch ihn hat es vor Jahren in die Rheinmetropole gezogen, und dies nicht zuletzt aufgrund der guten Arbeitsbedingungen, an denen die Nähe zum Rundfunksender und seinen Klangkörpern wesentlichen Anteil hatte. Nach der prognostizierten Entwicklung der Musikstadt Köln unter Berücksichtigung des „Factors WDR“ in den kommenden zehn Jahren stand für den erfolgreichen Jazzmusiker fest: „Es wird weiterhin einen Zuwachs an Musikern geben. Insbesondere die Anzahl an Arrangeuren hat meiner Beobachtung nach sehr zugenommen. Ich sehe das als eine positive Entwicklung, die die Konzerte ‚bunter‘ macht. Mittlerweile hat Köln fünf beständige Big Bands, die das Repertoire der Arrangeure zum Hören bringen.“ (Pérez im Anhang)

Für die WDR-Musikreihe „Musik der Zeit“ wurden an namhafte Komponisten wie Alois Zimmermann, Mauricio Kagel oder Luigi Nono Kompositionsaufträge vergeben. Die Werke wurden im Anschluss weltweit übernommen, was für die Qualität der Musik und die Bedeutung der WDR-Reihe spricht.

Wie Tabelle 13 verdeutlicht, konnte die Anzahl der vergebenen Kompositionsaufträge im Bereich der Ernsten Musik vom Jahr 2000 bis zum Jahr 2008 gesteigert werden. Im Jahr 2000 waren es 39 Aufträge, im Jahr 2007 wurde mit 66 Aufträgen der höchste Wert unter den betrachteten vier Jahren erreicht. Im Jahr 2008 waren es immerhin 55 Kompositionsaufträge.

Im Bereich Hörspiel, Jazz und diversen anderen nahm die Auftragsvergabe hingegen seit 2000 deutlich ab. Im Jahr 2000 wurden 35 Aufträge in diesen Genres vergeben, im Jahr 2008 waren es noch 12. Das ist eine Reduzierung um fast ein Drittel.

Werden die gezahlten Honorare betrachtet, so stellt sich die Entwicklung zwischen den Kompositionsaufträgen für Ernste Musik und denen für Hörspiele, Jazz usw. unterschiedlich dar. Im Bereich Hörspiele, Jazz, diverse Aufträge sank die Honorarsumme von 76.000 Euro im Jahr 2000 auf 30.7000 Euro im Jahr 2008. Es steht also weniger Geld zur Verfügung, entsprechend werden weniger Aufträge vergeben oder umgekehrt, da weniger Aufträge vergeben wurden, mussten auch weniger Mittel aufgebracht werden. Wird in einem Gedankenspiel ein Durchschnittshonorar gebildet, so ist dieses relativ gleichbleibend (siehe Diagramm 51).

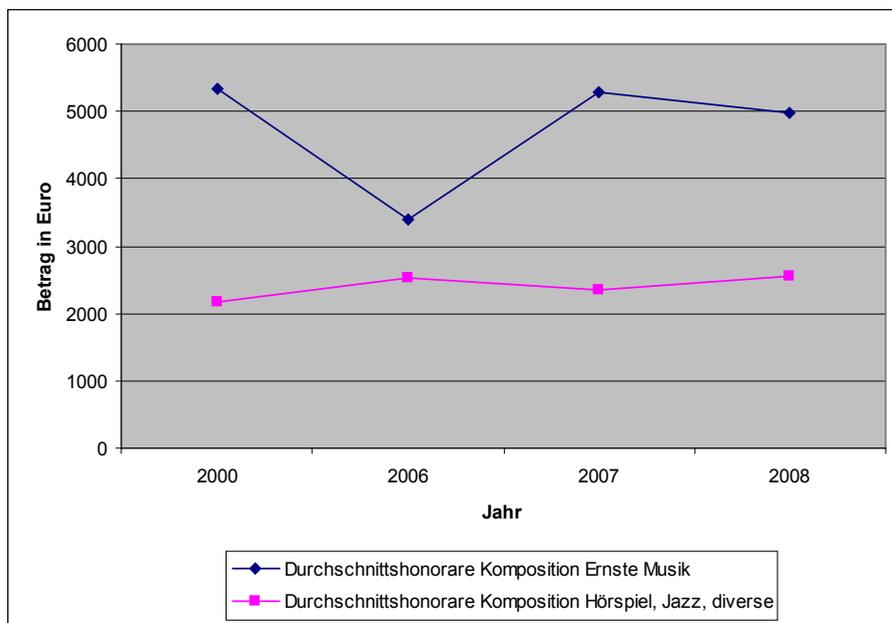
Ganz anders stellt sich die Situation bei den Kompositionsaufträgen der Ernsten Musik dar. Hier steigt die Zahl der vergebenen Aufträge, die Gesamthonorarsumme wächst aber nicht in gleichem Maße. Besonders auffallend ist hier das Jahr 2006. Im Vergleich zum Jahr 2000 wurden 10 Kompositionsaufträge mehr vergeben, die zur Verfügung stehende Honorarsumme sank aber um 41.500 Euro, das ist fast ein Fünftel der zur Verfügung gestellten Honorare für Kompositionsaufträge. Wird hier ein Durchschnittshonorar gebildet, so sind deutliche Schwankungen festzustellen (siehe Diagramm 51).

Nun muss sicherlich konzediert werden, dass das Honorar für jede Komposition einzeln verhandelt wird. Wichtige Parameter sind die Länge eines Stückes und auch der Bekanntheitsgrad bzw. die Berühmtheit eines Komponisten. Diagramm 51 weist daraufhin, dass es zumindest für Hörspielmusik, Jazz und diverse andere Musik so etwas wie ein Durchschnittshonorar gibt und die Zahl der vergebenen Aufträge und die Honorarsummen einander entsprechen⁹⁰. Bei den Honoraren für Kompositionen Ernster Musik stellt sich die Situation anders dar.

Neben den vergebenen Kompositionsaufträgen vergibt der WDR Arrangements zur Umsetzung von Musikstücken. Bei den anfallenden Kosten für Arrangements handelt es sich u.a. um Honorare für das Anpassen von Instrumentierungen an neue Gegebenheiten bei Klangkörpern wie z.B. Umbesetzungen (größere Besetzung, kleinere Besetzung), neue Instrumente etc. Arrangements betreffen vor allem die Klangkörper WDR Big Band, WDR Rundfunkorchester sowie den Bereich WDR 3 Jazz.

90 Es kann an dieser Stelle nicht geklärt werden, ob zuerst die Zahl der vergebenen Aufträge und damit die Honorarsumme sank oder ob umgekehrt weniger Mittel zur Verfügung standen und daher auch weniger Aufträge vergeben werden konnten.

DIAGRAMM 51: Durchschnittshonorare für Kompositionsaufträge des WDR für Ernste Musik sowie für Hörspiel oder Jazz in den Jahren 2000, 2006, 2007 und 2008

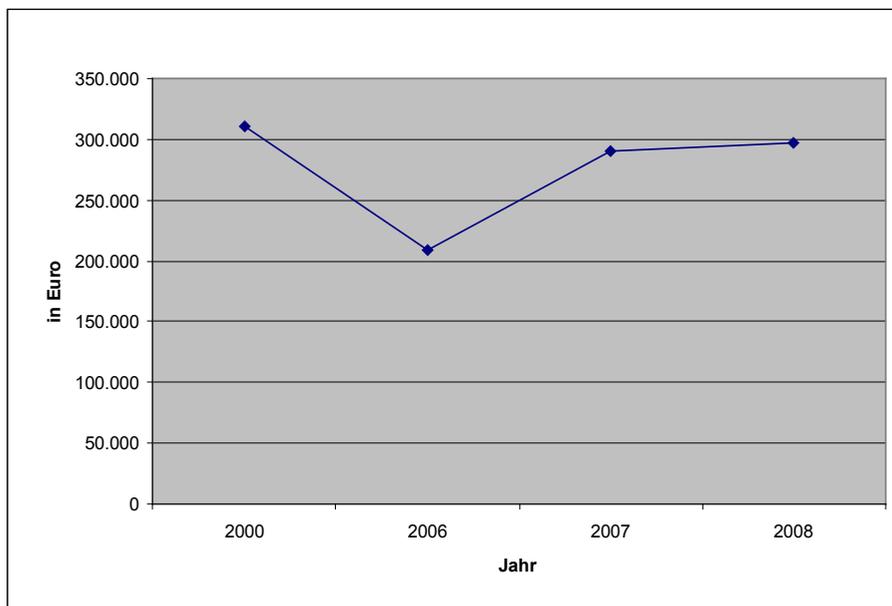


Eigene Darstellung nach Zulieferung HF Mittelbewirtschaftung.

Die zur Verfügung stehende Honorarsumme für Arrangementaufträge sank zwischen 2000 und 2006 erheblich ab (Diagramm 51). Seither steigt sie wieder und hat im Jahr 2008 fast wieder den Wert des Jahres 2000 erreicht. Diagramm 51 und 52 zeigen, dass im Jahr 2006 deutlich weniger Mittel für Arrangementaufträge sowie für Kompositionsaufträge für Ernste Musik zur Verfügung standen als im Jahr 2000. Für die Jahre 2007 und 2008 sind höhere Aufwendungen festzustellen.

Durch die Kompositions- und Arrangementaufträge fördert der WDR die Musiklandschaft in ganz entscheidender Weise. Er ist damit ein wichtiger Auftraggeber für zeitgenössische Komponisten der unterschiedlichen Genres. Komposi-

DIAGRAMM 52: Honorare für Arrangementaufträge des WDR in den Jahren 2000, 2006, 2007 und 2008



Quelle: Erstellt anhand Zulieferung HF Mittelbewirtschaftung

tions- und Arrangementaufträge führen dazu, dass die zeitgenössische Musikszene bereichert wird und Raum für neue Ideen und Strömungen entsteht. Zur Bedeutung und zu den mit der Auftragsvergabe verbundenen Zielen äußerte sich der WDR-Redakteur und künstlerische Leiter der „Wittener Tage für neue Kammermusik“ Harry Vogt wie folgt: *„Man sichert sich zunächst einmal die Uraufführung eines Musikstücks, das zuvor noch niemand gehört hat. Diese Premiere ist ein feierlicher Moment, der auch Renommee für das Haus mit sich bringt. Die Erteilung von Aufträgen hat freilich nichts mit Mäzenatentum zu tun; dahinter steht nicht eine private Kunstförderung, sondern ein öffentlich-rechtlicher Programmauftrag, den der WDR mit inhaltlicher Vielfalt zu füllen hat. Ein Kompositionsauftrag ist ein Instrument der Programmarbeit: Dadurch sichern wir uns letztlich auch ein unverwechselbares Profil. Unsere Intention ist es zu produzieren und zu vermitteln, unabhängig von Markt und Szene, von Moden*

und Strömungen, Neues zu initiieren, zu fördern und damit auch die Kulturlandschaft zu bereichern.“ (Radioprogramm 29.10.–11.11.2007, 9).

Gleichzeitig bindet der WDR durch ein Programm, welches anhand der damit verbundenen Uraufführungen einen hohen Alleinstellungscharakter aufweist, Hörer an sich. Diese Praxis reicht dabei bis in die Anfänge des Senders zurück.

Die Förderung der Musik wird als eine der zentralen Aufgaben des WDR angesehen. Der Hochschullehrer Prof. Jürgen Terhag fordert, „dass der WDR sich auf Sparten konzentriert, die außerhalb des Mainstreams angesiedelt sind und an den nicht-kommerziellen Rändern der Populären Musik liegen.“ Dies gilt ebenso für den gesamten Bereich der Ernstesten Musik, denn auch in dessen Förderung liegt eine der zentralen Aufgaben des WDR begründet. „Einen förderungsrelevanten Nischenbereich deckte der WDR-Hörfunk zum Beispiel mit der Sendung „in between“ ab, die seinerzeit von Michael Rüsenberg moderiert wurde. Dort wurde Musik vorgestellt, die zwischen Jazz, Neuer Musik und Pop angesiedelt war.“ (Terhag im Anhang)

Ausschnitte oder ganze Werke

Trotz der geschilderten Leistungen im Bereich Kultur und besonders im Bereich der Neuen Musik, die die Klangkörper des WDR wie die der anderen ARD-Anstalten erbringen, stehen sie häufig in der Diskussion. Klangkörper sind zum einen ein 100%-iger Kulturlieferant der Rundfunkanstalten, sind aber gleichzeitig auch sehr teuer im Unterhalt. Als im Jahr 2005 zum Beispiel das Grundsatzpapier des SWR-Intendanten Peter Voß mit dem Titel „Zukunft der SWR-Klangkörper“ öffentlich wurde, liefen Kultur- und Musikverbände Sturm gegen eine eventuelle Abschaffung einzelner Klangkörper der Rundfunkanstalt. Der Stellenwert der Orchester und Chöre der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten für die Kultur sei zu hoch, als dass auf sie verzichtet könnte; der Kulturauftrag der Sender wurde als stark gefährdet angesehen (<http://www.nmz.de/kiz/nachrichten/offener-brief-zum-grundsatzpapier-zukunft-der-swr-klangkoerper>; Zugriff: 05.06.2009).

Andererseits verstummen auch die Kritiker nicht, die den Mehrwert der Klangkörper nicht gänzlich in Frage stellen, aber an dem Preis-Leistungsverhältnis starken Verbesserungsbedarf sehen. Die Gebührenzahler werden als unfreiwillige Mäzene dargestellt, die, ob sie wollen oder nicht, die ARD Klangkörper mit rund 40 Millionen Euro jährlich finanzieren. „Keine andere Nation leistet sich eine annähernd opulente öffentlich-rechtliche Musik-Armada. Ihre Auftritte machen die ARD zum größten Konzertveranstalter Deutschlands, (...), sogar zum größten E-Musik-Produzenten der Welt ...“. (FOCUS 2003, Nr. 24, 154).

Nach diesen gegensätzlichen Argumenten setzt sich der Eindruck fest, dass es die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nicht recht machen können. Reduzieren sie ihre Klangkörper und deren Auftritte, gefährden sie ihren Auftrag, die kulturelle Vielfalt zu fördern und sich gerade auch für jene Genres stark zu machen, die es am Markt schwer haben. Erhalten sie ihre Klangkörper, entsteht der Vorwurf, sie würden auf Kosten der Gebührenzahler ihren Auftrag überdehnen.

6.2 Der WDR „wortgewaltig“

Kann WDR 5 überhaupt als Kulturwelle bezeichnet werden, wenn auf WDR 4 mehr Kultur gesendet wird als auf WDR 5, diese Frage könnte sich stellen, wenn der in der Inhaltsanalyse ermittelte Kulturanteil verabsolutiert würde. Der Programmanalyse lag ein dreiteiliger Kulturbegriff zugrunde, der insbesondere jene Wellen bevorzugte, die einen hohen Musikanteil im Programm haben. Mit Blick auf die große Bedeutung des Hörfunks für die Musikwirtschaft ist dieses auch das adäquate Vorgehen. Dieses Vorgehen bedeutet aber nicht, dass eine Welle wie WDR 5 eine geringere Bedeutung für das kulturelle Erscheinungsbild des WDR oder auch für die Kulturwirtschaft hat. WDR 5 versammelt zum einen das Kinderprogramm des WDR und hat von daher eine herausragende Bedeutung in der kulturellen Bildung sowie der Gewinnung der Hörer von morgen. Zum anderen ist der WDR für Hörfunkautoren speziell für Hörspielautoren ein sehr wichtiger Ansprechpartner. WDR 5 wird daher zu Recht als Kulturprogramm bezeichnet.

6.2.1 Hörspiele im WDR

Das Hörspiel ist eine eigenständige Kunstform, die durch das Radio entstanden ist. Es ist die erste originäre Kunstform, die der Rundfunk hervorgebracht hat. Das Fernsehspiel, auf das im Kapitel Fernsehen noch zu kommen sein wird, ist sein Pendant. Grundlage eines Hörspiels ist in der Regel ein Drehbuch, verfasst von einem Hörspielautor. Dieses Drehbuch wird mit Hilfe von Sprechern, Musikern, Geräuschemachern usw. in Szene gesetzt. Der typische Verbreitungsweg eines Hörspiels ist das Radio.

TABELLE 14: Aktuelle Programmplätze für Hörspiele im WDR (2009)

Tag	1LIVE	WDR 3	WDR 5
Montag		23:05 Uhr WDR 3 open: pop drei	
Dienstag	23:00 Uhr 1Live Plan B Soundstories		14:05 Uhr Lilipuz 20:05 Uhr Das Hörspiel am Dienstag
Mittwoch			
Donnerstag	23:00 Uhr 1Live Plan B Krimi		
Freitag		23:05 Uhr WDR 3 open: Studio Akustische Kunst/ Hörspiel	
Samstag		5:05 Uhr WDR 3 Hörspiel	10:05 Uhr Krimi am Samstag 20:05 Uhr Land und Leute 23:05 Uhr Krimi am Samstag
Sonntag		(20:05 Uhr: WDR 3 Bühne: Radio) 10 Mal im Jahr	14:05 Uhr Lilipuz 15:05 Uhr Hörspielserie 19:30 Uhr Bärenbude

Quelle: Erstellt nach WDR Hörspiele, Programmplätze.

Seit dem Aufkommen der Hörbücher werden Hörspiele in stärkerem Maße auch als Tonträger angeboten. Dabei bilden die Hörspiele nur eine kleine Untergruppe der Hörbücher, die zu einem großen Teil Lesungen von fiktionalen und teilweise auch nicht-fiktionalen Texten sind. Im WDR pflegten insbesondere WDR 3 und WDR 5 das Hörspiel. Ein Programmaustausch findet partiell zwischen 1LIVE und WDR 3 statt.

Tabelle 14 ist zu entnehmen, dass Hörspielliebhaber bis auf mittwochs jeden Tag im WDR auf ihre Kosten kommen. WDR 5 bietet aktuell wöchentlich fünf Sendeplätze für Erwachsenenhörspiele und drei Sendeplätze für Kinderhörspiele. Der Sendeplatz am Samstag 20.05 Uhr ist bei WDR 5 Hörspielen, Gedichten und Szenen aus den unterschiedlichen Regionen NRWs gewidmet. Hier finden auch Hörspiele in Mundart ihren Platz. Anzumerken ist allerdings, dass es laut WDR immer schwieriger wird, qualitativ hinreichende Mundartautoren zu finden, da die Mundarten insgesamt an Bedeutung verlieren.

Weiter ist Tabelle 14 zu entnehmen, dass jedes der drei WDR-Programme, das Hörspiele sendet, gemäß seinem Programmprofil andere Schwerpunkte setzt. So sind bei WDR 3 die Grenzen zur Klangkunst fließend und bei 1LIVE die Grenzen zur Pop- bzw. Subkultur.

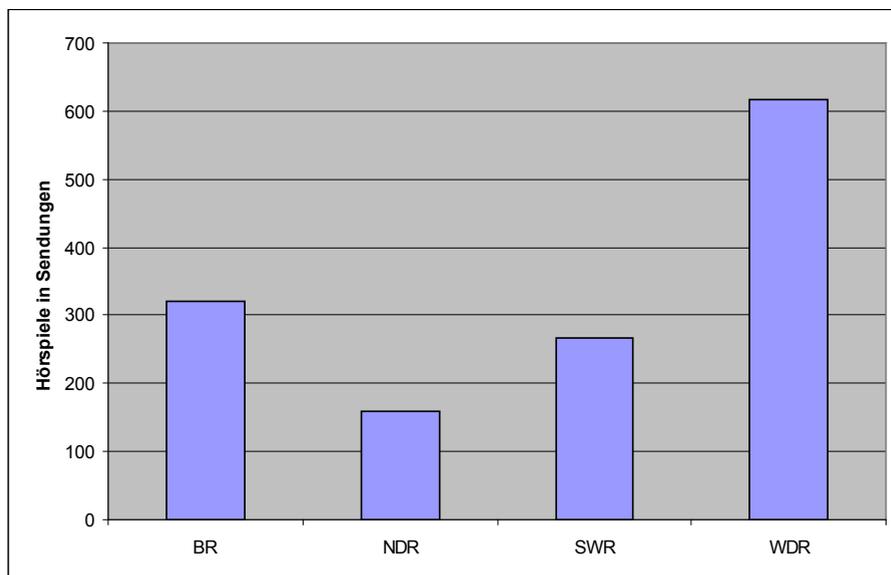
Gesendete Hörspiele

Im Jahr 1994 sendete der WDR insgesamt 484 Hörspiele; davon 154 in 1LIVE (damals noch WDR 1), 101 auf WDR 3, 5 auf WDR 4 und 224 auf WDR 5. Bis zum Jahr 1999 erfolgte im Zuge des Ausbaus von WDR 5 zu einem Vollprogramm eine Reduktion der gesendeten Hörspiele auf 381; davon entfielen auf 1LIVE 69, auf WDR 3 108, auf WDR 4 10 und auf WDR 5 194.

Seither steigt die Zahl der gesendeten Hörspiele wieder. Im Jahr 2007 sowie 2004 wurden über die Programme 1LIVE, WDR 3 und WDR 5 insgesamt 450 Hörspiele ausgestrahlt. Die überwiegende Mehrheit zielte auf erwachsene Zuhörer, von den im Jahr 2007 gesendeten 450 Hörspielen richteten sich 50 an Kinder. Von den 450 gesendeten Hörspielen im Jahr 2007 sind 270 Übernahmen bzw. Wiederholungen⁹¹.

91 Die Daten wurden von der WDR-Hörfunkdirektion zur Verfügung gestellt.

DIAGRAMM 53: Gesendete Hörspiele im BR-Hörfunk, NDR-Hörfunk, SWR-Hörfunk und WDR-Hörfunk im Jahr 2007

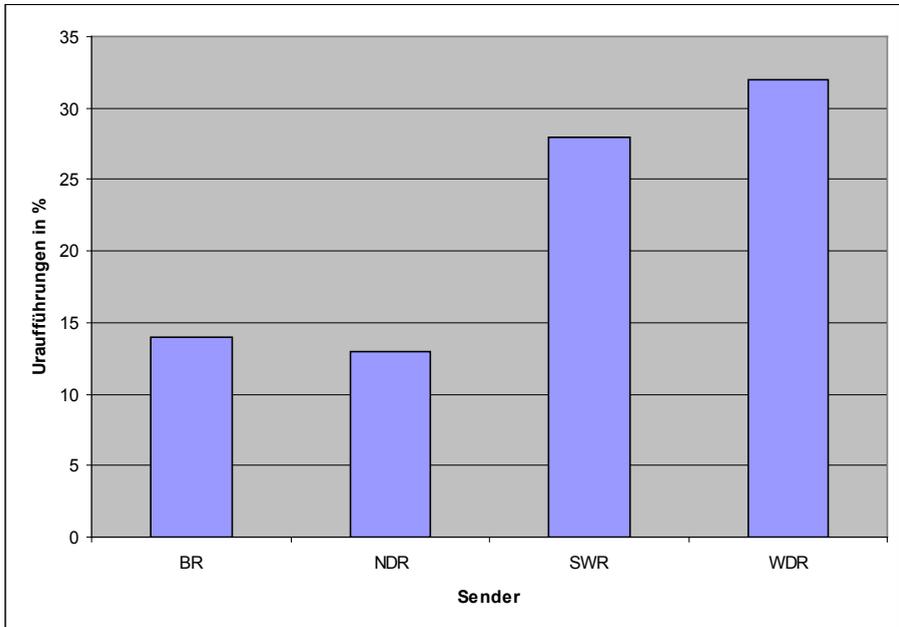


Eigene Darstellung nach ARD-Kulturbuch, S. 242–243

Im Vergleich zum BR, NDR und SWR ist der WDR absoluter Spitzenreiter in der Sendung von Hörspielen, wie Diagramm 53 zeigt. Der WDR hat laut ARD-Kulturbuch im Jahr 2007 618 Hörspiele gesendet, der BR 320, der NDR 160 und der SWR 266.

Die Differenz zwischen den zuvor genannten 450 gesendeten Hörspielen des WDR im Jahr 2007 und der Zahl von 618 im ARD-Kulturbuch entsteht daher, dass vom Deutschen Kulturrat mehrteilige Hörspiele als ein Hörspiel gezählt wurden und im ARD-Kulturbuch offenkundig anders verfahren wurde.

DIAGRAMM 54: Anteil der Uraufführungen an den gesendeten Hörspielen im BR-Hörfunk, NDR-Hörfunk, SWR-Hörfunk, WDR-Hörfunk im Jahr 2007



Eigene Berechnung nach ARD-Kulturbuch, S. 424–243

Und auch mit Blick auf die Uraufführungen, die unter kulturwirtschaftlichen Gesichtspunkten von besonderer Relevanz sind, liegt der WDR vorn. Der WDR hat zu 32% Hörspiele als Uraufführungen gesendet und der SWR zu 28%. Der hohe Anteil an Uraufführungen beim SWR ist vor allem mit Blick auf eine eher geringe Zahl an gesendeten Hörspielen insgesamt bemerkenswert. Der SWR hat im Jahr 2007 insgesamt 266 Hörspiele ausgestrahlt und davon 75 Uraufführungen, wohingegen der BR 320 Hörspiele ausgestrahlt hat aber nur 45 Uraufführungen.

Der WDR ist also ein wichtiger Auftraggeber für Hörspielautoren, aber auch für Sprecher, Geräuschemacher, Komponisten usw.

Hörspiele bei 1LIVE

Der Sender 1LIVE produziert im Jahr durchschnittlich 20 Hörspiele. Dabei entfallen jeweils zehn auf den Sendeplatz 1LIVE Soundstories und zehn auf den Sendeplatz 1LIVE Krimi. Zur Veranschaulichung, wer alles an einer Hörspielproduktion beteiligt ist, wurden die Daten für das Jahr 2008 zu Rate gezogen. In diesem Jahr wurden 19 Hörspiele produziert, von denen eines ein Zweiteiler war. Mit der Umsetzung waren insgesamt 25 Autoren bzw. Buchbearbeiter beauftragt, wobei einige Stücke von mehreren Autoren betreut wurden. An den 19 Hörspielen arbeiteten 18 Regisseure mit, davon waren neun identisch mit dem Autor und einige fest beim WDR angestellt. Mit der musikalischen Gestaltung der Hörspiele wurden 12 Komponisten betraut. 266 Schauspieler wurden eingesetzt, um die Szenen mit Leben zu füllen. (Datenerhebung Schafarczyk 2009).

Ein Ausweis für die Qualität der WDR-Hörspiele sind die Preise, die die Produktionen des Westdeutschen Rundfunks im Laufe der letzten Jahre erhielten. Allein 2008 wurden Hörspiele 14-mal ausgezeichnet. Von den Auszeichnungen „Hörbuch des Jahres“⁹² für preisgekrönte ARD-Koproduktionen zwischen 1999 und 2007 entfielen drei der sieben Prämierungen auf Produktionen, an denen der WDR beteiligt war. Zu ihnen gehören Gottfried Benn „Das Hörwerk 1928 - 56“, „Gesammelte Fußballhörspiele“ von Ror Wolf und „Die Ästhetik des Widerstands“ von Peter Weiss (ARD Kulturbuch 2007, 251).

Der renommierteste Hörspielpreis in Deutschland ist der „Hörspielpreis der Kriegsblinden“. Er wurde im Jahr 1950 begründet und wird laut Statut *„für ein von einem deutschsprachigen Sender konzipiertes und produziertes Original-Hörspiel verliehen, das in herausragender Weise die Möglichkeiten der Kunstform realisiert und erweitert. Dieses Original-Hörspiel muss im vorausgegangenen Jahr erstmals ausgestrahlt worden sein.“* (Quelle: <http://www.kriegsblindenbund.de/>)

In den Jahren 1994 bis 2009 wurde der Hörspielpreis der Kriegsblinden 16 Mal vergeben. Davon wurde er acht Mal an Hörspiele des WDR verliehen. Keine andere ARD-Anstalt wurde in diesem Zeitraum so oft ausgezeichnet wie der WDR. Seit

92 Das Hörbuch des Jahres wird aus der Hörbuchbestenliste, einer Initiative der hr2-Kulturredaktion und dem Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel ermittelt.

dem Jahr 2001 ging fast in jedem Jahr der Preis an eine WDR-Produktion oder WDR-Koproduktion⁹³.

Ebenso wurden WDR-Hörspiele bereits mehrfach mit dem „Karl-Sczuka-Preis“, auslobt vom SWR⁹⁴, ausgezeichnet. Der „Karl-Sczuka-Preis“ wurde in den Anfangsjahren für Hörspielmusik vergeben. Seit 1972 wird er für „die beste Produktion eines Hörwerks, das in akustischen Spielformen musikalische Materialien und Strukturen benutzt“ (Satzung des Karl-Sczuka-Preises⁹⁵) verliehen. Die Verleihung findet im Rahmen der Donaueschinger Musiktage statt. In den vergangenen elf Jahren (1999 bis 2009) wurde der Karl-Sczuka-Preis drei Mal an Komponisten/Radiokünstler verliehen, deren Produktionen mit dem WDR entstanden sind. Keine andere ARD-Anstalt hat in diesem Zeitraum so viele Auszeichnungen erhalten. Produktionen des SWR und des BR wurden ein Mal ausgezeichnet, die anderer ARD-Anstalten gar nicht. Die vielen Auszeichnungen für WDR-Produktionen belegen die Bedeutung, die der WDR avancierten Radiokunstproduktionen beimisst.

Edgar Lipki hat im Interview für diese Studie unterstrichen, dass der WDR für ihn als Auftraggeber eine sehr große Bedeutung hat. Er braucht angesichts der langen Arbeits- und Entwicklungszeiten für ein Stück einen verlässlichen und kooperativen Auftraggeber, den er im WDR gefunden hat. Er sagte: *„Zu Beginn arbeitete ich als Hörspielautor für den Süddeutschen Rundfunk und Deutschlandradio, anschließend produzierte ich für den Deutschlandfunk. Nun bin ich beim WDR, weil ich hier gute Voraussetzungen für meine Arbeit finde. Beim WDR arbeite ich mit Martina Müller Wallraff zusammen und werde von ihrer Redaktion wirklich sehr gut unterstützt. Meine für den WDR produzierten Hörspiele werden im Nachgang aber auch von anderen ARD-Anstalten ausgestrahlt. Und da die Anstalten untereinander auf die einzelnen Produktionen zugreifen, werden natürlich Wiederholungshonorare gezahlt. Solche Zahlungen sind für mich als Autor sehr wichtig, gerade wenn die Finanzierung einer langen Produktionsdauer und entsprechend höheren Produktionskosten gewährleistet werden soll.“* (Lipki im Anhang)

93 Auszeichnung 2001 „Pitcher“ von Walter Filz (WDR), Auszeichnung 2002 „Crashing Aeroplanes“ von Andreas Ammer (WDR/DLR), Auszeichnung 2003 „Rosebud“ von Christoph Schlingensiefel (WDR), Auszeichnung 2004 „Jackie“ von Elfriede Jelinek (BR), Auszeichnung 2005 „Stripped – Ein Leben im Kontoauszügen von Stefan Weigl“ (WDR), Auszeichnung 2006 „Föhrenwald“ von Michaela Melián (BR); Auszeichnung 2007 „Ein Menschenbild, das in seiner Summe Null ergibt“ von Schorsch Kamerun; Auszeichnung 2008 „Karl Marx: Das Kapital, Erster Band“ von Helgard Haug und Daniel Wetzels (DLF/WDR); Auszeichnung 2009 „Ruhe I“ von Paul Plamper (WDR, Museum Ludwig Köln)

94 Karl Sczuka war von 1946 bis 1954 Hauskomponist des Südwestfunks.

95 <http://www.swr.de/swr2/hoerspiel/karl-szczuka-preis/preis/-/id=661164/nid=661164/did=637882/mpdid=2180826/1vbwjx/index.html>

Hörspiele bekommen durch Veranstaltungen einen Eventcharakter, wobei an dieser Stelle angemerkt sein soll, dass das Wort Event diesbezüglich durchweg positiv gemeint ist. Wenn bei der Hörspielnacht im Schlosspark Morsbroich (2007) die WDR-Produktion von 2001 „Ein Sommernachtstraum“ von William Shakespeare läuft, die mit Musik von Felix Mendelssohn Bartholdy aufwartet, oder bei der „1. Ehrenfelder Kriminacht“ der WDR die Bestseller von Patricia Highsmith, Donna Leon, Martin Schüller und Georges Simenon als Hörspiele darbietet, sind das Ereignisse, die begeistern. Durch solche Veranstaltungen wird das Hörspiel auch außerhalb der eigenen vier Wände oder des Autos erfahrbar. Es wird zu einem Erlebnis, das mit vielen anderen geteilt werden kann.

6.2.2 Features im WDR

Das Radio-Feature ist ebenfalls ein hörfunkspezifisches Genre. Features sind im Unterschied zu Hörspielen nicht-fiktional. Sie verbinden aber allerdings mitunter Elemente der Reportage und der Dokumentation mit denen des Hörspiels.

Bis auf mittwochs können jeden Tag im WDR Radio Features gehört werden. Das Samstags-Feature bei WDR 5 „Eine kurze Geschichte von ...“ befasst sich mit Menschen in NRW, die Ungewöhnliches auf den Weg bringen bzw. gemacht haben. Im Literaturfeature auf WDR 3 werden sonntags ca. 15 Mal im Jahr namhafte Autoren und ihre Werke vorgestellt, das Musikfeature (ca. 45 Mal im Jahr) widmet sich der Musik, Komponisten und ausübenden Künstlern. Das Kulturfeature (WDR 3) befasst sich mit gesellschaftlichen und kulturgeschichtlichen Fragen. WDR 3 open: WortLaut befasst sich in Ergänzung zum Literaturfeature mit der jungen zeitgenössischen Literatur und präsentiert vorrangig Primärtexte im Gespräch mit den Autoren. Die Features, die auf den Sendeplätzen von „WDR open. pop3“ und „LIVE Plan B Soundstories“ gesendet werden, sind sowohl ästhetisch als auch thematisch primär im popkulturellen Bereich angesiedelt. Im Mittelpunkt von „Dok 5“, in WDR 5, stehen investigative Ereignisse, Geschehnisse oder auch Menschen aus Politik, Wirtschaft, Sport, Gesellschaft und Wissenschaft.

Die Features des WDR leisten einen wichtigen Beitrag zur gesellschaftlichen Reflektion. Im Sinne eines weiten Kulturbegriffs sind sie daher dem kulturellen und kulturpolitischen Diskurs zu zurechnen.

Während die Features im WDR-Radio-Programm primär auf die Zielgruppe der Erwachsenen ausgerichtet sind, finden sich bei den Hörspielen spezielle Angebote für Kinder. Vorbei scheinen allerdings die Zeiten, in denen Hörspiele „Familienkino“ ohne Bilder waren. Während sich in den 50er Jahren die Familien vor dem Radio versammelten, um gemeinsam Hörspielen zu lauschen, ist dieses aufgrund veränderter Medienangebote und Nutzungsgewohnheiten nicht mehr der Fall. Sze-

TABELLE 15: Aktuelle Programmplätze für Features im WDR (2009)

Tag	1LIVE	WDR 3	WDR 5
Montag		23:05 Uhr WDR 3 open: pop drei	20:05 Uhr Dok 5 – Das Feature
Dienstag	23:03 Uhr 1LIVE Plan B Soundstories		
Mittwoch			
Donnerstag		23:05 Uhr WDR 3 open: WortLaut	
Freitag			
Samstag		12:05 Uhr WDR 3 Kultur- feature	15:30 Uhr Eine kurze Geschichte von ... 22.30 Uhr (Whd.) Eine kurze Geschichte von ...
Sonntag		15:04 Uhr WDR 3 Literatur- feature 15:04 Uhr WDR 3 Musik- feature	11:05 Uhr Dok 5 – Das Feature 7:30 Uhr Feature: Serie 22:05 Uhr (Whd.) Feature: Serie

Quelle: Erstellt nach WDR Features, Programmplätze.

nen, wie sie noch in „50 Jahre WDR Sternstunden“⁹⁶ beschrieben wurden, treffen die heutige Wirklichkeit kaum mehr, vielmehr sind sie aufgrund von Veränderungen in der Medienlandschaft obsolet geworden.

96 Zu seinem 50-jährigen Jubiläum hat der WDR die Publikation „50 Jahre WDR Sternstunden“ herausgegeben, in der besondere Sendungen und deren Wirkungen dargestellt werden.

6.2.3 Satirische Unterhaltung bei WDR 2

Satirische Unterhaltung hat einen festen Platz bei WDR 2. Einmal die Woche ist samstags von 22.05 bis 01.00 Uhr die Sendung „Zugabe“ zu hören. Hier werden drei Stunden satirische Unterhaltung gesendet. Dazu gehören klassische Glossen, Parodien, Comedy und Sketche. In der „Zugabe“ sind Kabarettisten aus NRW wie Volker Pispers, Jürgen Becker, Fritz Eckenga, Dieter Nuhr regelmäßig zu hören. Die Sendung „Zugabe“ entsteht in enger Zusammenarbeit mit der gesamten Welle WDR 2. Dadurch ist es möglich, dass aktuelle politische oder gesellschaftliche Ereignisse ihren Niederschlag finden und in „Zugabe“ satirisch kommentiert werden.

Über diese spezifische Satiresendung hinaus werden satirische Beiträge regelmäßig in der Sendung „Westzeit“ (9.00 bis 12.00 Uhr) ausgestrahlt. Weiter finden sich satirische Beiträge zu unterschiedlichen politischen und gesellschaftlichen Ereignissen in verschiedenen Sendungen von WDR 2. Im ersten Halbjahr beliefen sich allein diese satirischen Beiträge nach Angaben der WDR-Hörfunkdirektion auf 700. Die Veranstaltungsreihe „WDR 2 Lachen Live“ fand im Jahr 2009 bereits 12 Mal in ausverkauften Hallen statt (Stand Oktober 2009).

6.2.4 Evergreen: ZeitZeichen

Ein Evergreen des WDR ist die Sendung „ZeitZeichen“. Bereits seit 1972 im Programm wird sie heute täglich um 17.45 Uhr auf WDR 3 und morgens um 9.05 Uhr auf WDR 5 ausgestrahlt. „ZeitZeichen“ erinnert an bekannte Persönlichkeiten, berühmte Erfindungen, politische Ereignisse usw., die an dem betreffenden Tag Geburtstag, Todestag, Erscheinungsdatum usw. haben. „ZeitZeichen“ mit seiner ganz eigenen Form ist heute noch so aktuell wie vor mehr als 30 Jahren. Die Sendung ist ein sehr gelungenes Beispiel für Geschichtsvermittlung. Das breite Spektrum der Themen, die in ZeitZeichen aufgegriffen werden, wird anhand der beispielhaften Aufzählung von zehn Sendungen aus dem November/Dezember 2009 deutlich.

Erinnert wird am 23.11. an den 23.11.1889, dem Tag, an dem die erste Musikbox in den USA aufgestellt wurde. Am 24.11. wird an das am 24.11.1874 erteilte Patent für den Stacheldraht erinnert. Am 25.11. an die Gründung der Alevitischen Gemeinde Deutschlands am 25.11.1989. Am 26.11. steht die Uraufführung des Heimatfilms „Echo der Berge“ vom 26.11.1954 im Mittelpunkt. Am 27.11. wird der Weltumsegler, Reiseschriftsteller und Revolutionäre Georg Forster vorge-

stellt, der am 27.11.1754 geboren wurde. Am 28.11. steht wiederum ein Künstler im Mittelpunkt und zwar der am 28.11.1784 geborene Komponist und Pianist Ferdinand Ries. Am 29.11. wird an den Todestag (29.11.1314) des französischen Königs Phillipp IV. der Schöne erinnert. Der Geburtstag des britischen Politikers Winston Churchill (30.11.1874) ist am 30.11. Anlass für eine Sendung. Der Todestag (01.12.1709) des Predigers Abraham a Santa Clara veranlasste für den 01.12. die Redaktion von ZeitZeichen zu einer Sendung. Wiederum ein Künstler, der Maler Georges Seurat (02.12.1859), ist anlässlich seines Geburtstags am 02.12. Thema einer Sendung. Und am 03.12. wird darin erinnert, dass im Dezember 1909 Hermine Heusler-Edenhuizen erste deutsche Frauenärztin wird.

Diese Zusammenstellung veranschaulicht das breite Themenspektrum, das sich bei Zeitzeichen wiederfindet.

6.3 Zielgruppenspezifische Angebote im WDR

Der WDR offeriert in seinem Hörfunkprogramm eine Vielzahl von zielgruppenspezifischen Angeboten. Diese Angebote finden sich entweder als eigenständige Hörfunkwelle wie Funkhaus Europa, als Schwerpunkt in einer Hörfunkwelle wie das Kinderprogramm oder als Sendung in einer Welle. Aus der Vielzahl sollen hier zwei nach wie vor aktuelle herausgegriffen werden, und zwar Funkhaus Europa und das Kinderprogramm. Dann soll kurz auf das inzwischen eingestellte Angebot von 1LIVE Kunst eingegangen werden.

6.3.1 Funkhaus Europa

Seit der Einstellung von „Radio Multikulti“ des rbb hat der WDR mit Funkhaus Europa als einzige öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt ein eigenständiges Radioangebot, das sich über interkulturelle Vielfalt, Internationalität und den Integrationsgedanken definiert. Funkhaus Europa richtet sich herkunftsübergreifend am Menschen aller Nationalitäten, die in Deutschland leben. Das Programm wird in Kooperation mit Radio Bremen ausgestrahlt, seit dem 01.01.2009 (Einstellung von Radio Multikulti) ist es auch in Berlin und Brandenburg zu hören. Der rbb liefert weiterhin Programmbestandteile zu.

Funkhaus Europa sendet in 15 Sprachen⁹⁷. Das Tagesprogramm, darunter Nachrichten und Informationssendungen, wird in Deutsch ausgestrahlt. In den unterschiedlichen Formaten kommt die gesamte Palette hörfunkspezifischer Aufbereitungsformen vor, vom kurzen Tipp bis zur vorproduzierten Themensendung. Am Abend folgen Sendungen in den unterschiedlichen Muttersprachen. Die Nacht ist geprägt von speziellen Musikformaten.

Funkhaus Europa ist weder folkloristisch noch ist es von einer betulichen „Sozialarbeitermentalität“ gegenüber Migranten geprägt. Vielmehr werden Menschen aller Nationalitäten mit ihren spezifischen Interessen und auch Problemen ernst genommen, unanhängig davon, ob sie einen Migrationshintergrund haben oder nicht. Eine besondere Bedeutung haben daher die kosmopolitisch angelegten Magazine des Tagesprogramms. Das Themenspektrum von Funkhaus Europa ist universell angelegt, deckt alle wichtigen Ereignisse in Deutschland, Europa und der Welt ab und beantwortet zentrale Fragen der Lebenswirklichkeit aus der Perspektive einer multi-kulturell zusammenwachsenden Einwanderergesellschaft.

Das Musikprogramm von Funkhaus Europa ist ebenfalls international ausgerichtet. Es besteht der Anspruch, eine weit gefasste Idee von „World wide music“ oder „Global pop“ zu spielen, in der sich die immer mehr zusammen wachsenden, aber dennoch eigenständigen Musikszenen rund um den Globus spiegeln.

6.3.2 Kinderprogramm

Mit „Lilipuz“ und „Bärenbude“ wird das Hörfunkkinderprogramm des WDR bei WDR 5 gebündelt.

„Lilipuz“ richtet sich an schulpflichtige Kinder. In kindergerechten Nachrichten wird beispielsweise über die Geschichte von Halloween informiert, vom Formel-Eins-Sieg von Sebastian Vettel berichtet oder auch der Weltmeister im Kopfrechnen vorgestellt. Lilipuz präsentiert neben Nachrichten und Hörspielen für Kinder Büchertipps für Kinder und Jugendliche, bietet Informationen z.B. über das Leben von Kindern in anderen Ländern, naturwissenschaftliche Experimente, es gibt Musik für Kinder usw. Rätsel, Call Ins und andere Mitmachaktionen binden Kinder ein.

Die „Bärenbude“ richtet sich an kleinere Kinder. Hier werden beispielsweise in der täglichen Sendung „Ohrenbär“, die vom rbb übernommen wird, Radiogesichten für kleinere Zuhörer erzählt. In der „Bärenbude“ werden kinderspezifisch Fra-

97 Deutsch, italienisch, türkisch, serbisch, kroatisch, bosnisch, polnisch, russisch, griechisch, spanisch, kurdisch, arabisch, portugiesisch, französisch und englisch.

gen und Sorgen von Kindern in Geschichten verpackt aufbereitet. Ein wichtiger Bestandteil der „Bärenbude“ sind vorgelesene Bücher.

Zusätzlich gibt es jeden Tag im DAB, DVB-S und als Web-Stream von 06.00 bis 22.00 Uhr den Kinderkanal KIRAKA (www.kiraka.de). Zwischen 12.00 und 17.00 Uhr gibt es aktualisierte Nachrichten für Kinder, Geschichten, Reportagen, Musik und Wiederholungen aus den Sendungen „Lilipuz“ und „Bärenbude“.

Das Kinderprogramm des WDR ist besonders für Hörspielautoren aber auch für Kinderliedautoren und -komponisten ein wichtiger Auftraggeber. Hier geht es um die kindgerechte Vermittlung teilweise sehr ernster aber genauso auch lustiger Inhalte. Das Kinderprogramm des WDR ist nicht kindertümelnd, sondern nimmt Kinder als eigenständige Persönlichkeiten ernst. Es leistet einen wichtigen Beitrag zur Medienerziehung, in dem das Zuhören vermittelt wird. In Kapitel 8 wird auf die medienpädagogische Arbeit und die Zusammenarbeit mit Schulen noch eingegangen.

6.3.3 1LIVE Kunst

1LIVE Kunst war ein Angebot, das ausschließlich über das Internet genutzt werden konnte. Live und nach der Erstausstrahlung „on demand“ stand es automatisch zum Abruf über einen Media-Player zur Verfügung stand. Ein Team des jungen Senders hatte einen Querschnitt der Kulturberichte der WDR-Radioprogramme zusammengestellt. Laut eigenen Angaben hatte der User so einen Zugriff auf „das Beste aus Kino, Theater, Literatur, Kunst, Design und Pop“, die ein eigenständiges Statement sein sollten. Ergänzt und zusammen gehalten wurde dieses Angebot durch Musik, die sich jenseits des Mainstreams befindet und selbst für 1LIVE Hörer teilweise ungewöhnlich ist. Der dahinter stehende Gedanke war es, ein Angebot für junge, kulturell interessierte Hörer zu schaffen. *„In unserem Internetangebot gibt es zusätzlich ein sehr interessantes Angebot, das 1LIVE Kunst heißt und ein vierstündiger Kulturchannel ist. Der zuständige Redakteur filtert dazu jeden Morgen die aktuellen Kulturbeiträge aller WDR Wellen (...). Diese Beiträge werden zweitverwertet, ‚frisch‘ von 1LIVE Moderatoren anmoderiert und mit Musik angereichert, die sehr innovativ ist.“*, so Andrea Schafarczyk (Schafarczyk im Anhang).

Mit 1LIVE Kunst wurde der Versuch unternommen, eine nicht per se kulturaffine Hörerschaft an die Kultur heranzuführen. Hörer wurden so für andere Kulturbereiche sensibilisiert. Gleichzeitig erfuhren sie, wenn sie zum Beispiel die 1LIVE Kunst-Internetseite betrachten, von welchen Radiosendern des WDR die jeweiligen Veranstaltungstipps und Beiträge entnommen wurden. Auf diese Weise wurden Kulturbeiträge, die zum Beispiel auf WDR 3 ausgestrahlt werden, auch einer jüngeren Hörerschaft, die nicht zu den Hörern des WDR Kulturradios zählen,

zugänglich gemacht. Vor dem Hintergrund der Vorgaben des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags sowie der Notwendigkeit sparsameren Haushaltens angesichts sinkender Gebührenerträge wurde 1 LIVE Kunst am 29.05.2009 eingestellt.

Neben 1LIVE Kunst ist 1LIVE diggi ein weiterer Ableger der Radiosenders 1LIVE. „diggi“ ist über DAB und DVB-S abrufbar. Dieses digitale Zusatzangebot bietet den Hörern die Möglichkeit, aktuelle Musik ohne Unterbrechungen durch Moderation oder Werbung zu genießen. Verzichtet wird dabei nicht auf die stündlichen „Nachrichten“. Die allwöchentliche Aktualisierung des Programms steht unter der Federführung der 1LIVE Redakteure 1LIVE diggi ist ein Zusatzangebot für die noch kaum genutzten Verbreitungswege DAB und DVB-S.

Von der Reportage
zum Fernsehfilm –

Zur Bandbreite im WDR Fernsehen

7 VON DER REPORTAGE ZUM FERNSEHFILM – ZUR BANDBREITE IM WDR FERNSEHEN

Es gibt kaum ein kulturpolitisches Feld, auf dem Kulturstaatsminister Bernd Neumann so viel Lob erhalten und eine so reiche Ernte seiner Arbeit einfahren konnte, wie dem der Filmpolitik. Manchmal scheint es so, als würde es erst seit der Einrichtung des Deutschen Filmförderfonds eine starke und erfolgreiche Filmproduktion in Deutschland geben. Die Leistung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die deutsche Filmwirtschaft wird dabei oftmals unter den Tisch gekehrt. Dabei sind sowohl mit Blick auf die Zuschauerzahlen im Kino als auch die Auszeichnung mit Preisen sehr erfolgreicher Filme wie z.B. „Das Leben der Anderen“ von Florian Henckel von Donnersmarck, „Alles auf Zucker“ von Dani Levy oder „Sophie Scholl – Die letzten Tage“ von Marc Rothemund Kino-Produktionen, an denen ARD-Anstalten beteiligt waren.

Der Rundfunkstaatsvertrag legt den Rundfunkanstalten eine Reihe von Pflichten hinsichtlich der Film- und Fernsehproduktion auf. So sollen sie einen Beitrag zur Sicherung der deutschen und der europäischen Film- und Fernsehproduktion als Kulturgut leisten, der Hauptteil ihrer Spielfilme, Fernsehspiele, Serien, Dokumentarsendungen und vergleichbaren Produktionen soll aus europäischen Werken bestehen und ein wesentlicher Teil ihres Programms soll aus Eigenproduktionen bestritten werden. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten dürfen sich – unter Berücksichtigung der Grundsätze von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit – auch an Filmförderungen beteiligen, ohne dass eine unmittelbare Gegenleistung erfolgen muss.

Rundfunkstaatsvertrag

§ 6

- (1) Die Fernsehveranstalter tragen zur Sicherung von deutschen und europäischen Film- und Fernsehproduktionen als Kulturgut sowie als Teil des audiovisuellen Erbes bei.
- (2) Zur Darstellung der Vielfalt im deutschsprachigen und europäischen Raum und zur Förderung von europäischen Film- und Fernsehproduktionen sollen

die Fernsehveranstalter den Hauptteil ihrer insgesamt für Spielfilme, Fernsehspiele, Serien, Dokumentarsendungen und vergleichbare Produktionen vorgesehenen Sendezeit europäischen Werken entsprechend dem europäischen Recht vorbehalten.

(3) Fernsehvollprogramme sollen einen wesentlichen Anteil an Eigenproduktionen sowie Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen aus dem deutschsprachigen und europäischen Raum enthalten. Das gleiche gilt für Fernsehspartenprogramme, soweit dies nach ihren inhaltlichen Schwerpunkten möglich ist.

(4) Im Rahmen seines Programmauftrages und unter Berücksichtigung der Grundsätze von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk zur qualitativen und quantitativen Sicherung seiner Programmbeschaffung berechtigt, sich an Filmförderungen zu beteiligen, ohne dass unmittelbar eine Gegenleistung erfolgen muss. Weitere landesrechtliche Regelungen bleiben unberührt.

In der Tat ist es so, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sich an Kinoproduktionen nicht allein aus reinem Altruismus oder der Liebe zum Film beteiligen, sondern vielmehr einen entsprechenden „Programmhunger“ haben, um 24 Stunden Programm ausstrahlen zu können. Theateraufführungen im Fernsehen, wie es sie in der Frühzeit des Fernsehens bis weit in die 1970er Jahre vielfach gab – zu denken ist beim WDR an Stücke aus dem Millowitsch-Theater⁹⁸ oder beim NDR aus dem Ohnsorg-Theater – waren ja nicht nur der Theaterliebe der Programmacher geschuldet, sondern vor allem auch dem Bedarf nach sendefähigem unterhaltenden Material beispielsweise am Samstagabend.

Mit dem Fernsehspiel hat das Fernsehen eine eigene mediumspezifische Gattung entwickelt⁹⁹. Es war inspiriert vom Theater und unterscheidet sich vom Kinofilm, der auf die große Leinwand setzen kann, da es für das Medium Fernsehen konzipiert ist. Teilweise fand in den Anfängen die Aufzeichnung eines Fernsehspiels vor Publikum statt wie beispielsweise bei der legendären WDR-Produktion „Ein Herz und eine Seele“, teilweise wurde bei Fernsehspielen die Anwesenheit von

98 Nach wie vor sendet das WDR Fernsehen Stücke aus dem Millowitsch Theater. Sie haben allerdings aufgrund der Fernsehentwicklung heute einen anderen Stellenwert und eine andere Bedeutung als noch zu Beginn des Fernsehens.

99 Hier besteht eine Parallele zum Hörspiel, das sich ebenfalls als mediumspezifische Gattung des Radios entwickelt hat.

Zuschauern durch Lacher vom Band suggeriert. Heute ist statt vom Fernsehspiel in der Regel vom Fernsehfilm die Rede. Ein Fernsehfilm kann eine einzelne Sendung, aber auch ein Mehrteiler sein. Eine eigene Form ist der Dokumentarfilm. Doku-Soaps¹⁰⁰ sind eine neue Variante des Dokumentarfilms. Der Programmbedarf der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wird heute in der Regel durch eine Vielzahl von fernsehspezifischen Formaten gedeckt. Theater spielt ebenfalls eine wichtige Rolle im ZDF-Theaterkanal oder bei der Ausstrahlung ausgezeichnete Theater- und Opernaufführungen am Samstagabend in 3sat.

Film und Fernsehen erscheinen oftmals als sich streitende siamesische Zwillinge, die doch nicht ohne einander können. Das Fernsehen braucht die Filmbranche, da es seinen Programmbedarf aus Eigenproduktionen nicht decken kann. Die Filmbranche braucht das Fernsehen zur Kofinanzierung von Kinoproduktionen und Fernsehfilmen. Beide sind also aufeinander angewiesen. Vielleicht weil das so ist und weil es auch um verhältnismäßig viel Geld geht, schlagen die Wellen zwischen den Verantwortlichen des Fernsehens und den Filmemachern oftmals so hoch. Dem im Anhang veröffentlichten Interview mit Edgar Reitz ist viel Enttäuschung über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, speziell dem WDR, zu entnehmen. Er kritisiert, dass zu wenig gewagt werde, zu wenig in neue Produktionen investiert werde und dass der künstlerische Film nicht mehr gefragt sei. Der Drehbuchautor und Regisseur Michael Meert spricht im Interview aus, was dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk oftmals vorgeworfen wird, dass er sein Programm zu sehr standardisiert habe, dass er zu sehr den Einschaltquoten hinterherlaufe und dass ein Fernsehfilm am Freitag immer ein Happy End haben müsse. Er sieht die Gefahr einer kulturellen Stagnation, wenn sich das Fernsehen zu wenig auf Experimente und Wagnisse einlässt.

Demgegenüber vertrat Günter Struve – damals ARD-Programmdirektor – im ARD-Filmbuch (2007) offensiv die Meinung, dass das Publikum am Freitagabend das Recht habe, es sich am Ende einer Arbeitswoche auf dem Sofa gemütlich zu machen und vor dem Fernseher abzuschalten. Und genau diesem unterstellten Bedürfnis komme Das Erste mit seinem Freitagabendfilm nach. Struve äußerte die Auffassung, dass der medienerfahrene Fernsehzuschauer heute genau wisse, welche Filme er in Das Erste am Freitagabend geboten bekommt und dass er genau diese haben wolle, wie die Einschaltquoten belegen. (Struve 2007)

Das Erste besteht aber keineswegs nur aus den Filmen des Freitagabends. Anspruchsvoller Fernsehfilm, Dokumentationen und Reportagen, politischer Talk werden bei der Kritik an Das Erste oftmals vernachlässigt.

100 „Die Fussbroichs“, eine Sendung im WDR Fernsehen, waren die erste Doku-Soap. Im Mittelpunkt stand das Leben der Kölner Familie Fussbroich.

Nun zu einem Vergleich der Gesamtquoten der deutschen Sender. Die GfK-Daten nach Zubayr, Gerhard (2009) bescheinigen der ARD die Marktführerschaft als meistgesehenen Sender in Deutschland, 13,4% des Fernsehkonsums entfallen auf die ARD. Gefolgt wird die ARD vom ZDF mit 13,1% Marktanteil, RTL mit 11,7% Marktanteil und Sat.1 mit 10,3% Marktanteil. Wird das Zuschauerverhalten genauer betrachtet, ist Sat.1 im Tagesprogramm der meistgesehene Sender, im Abendprogramm kippt es aber. Das Abendprogramm von Sat.1 findet deutlich weniger Resonanz bei den Zuschauern, so dass lediglich Platz 4 der Marktanteile der großen Anbieter erreicht wird¹⁰¹. Sehr unterschiedlich ist das Fernsehnutzungsverhalten der verschiedenen Generationen. Die über 50-Jährigen präferieren die öffentlich-rechtlichen Programme, und zwar zuerst die Dritten Programme, dann Das Erste und danach das ZDF. Fast 60% der gesamten Fernsehzeit wenden diese Altersgruppen für das öffentlich-rechtliche Fernsehen auf. Das Zuschauerverhalten der 14- bis 49-Jährigen ist genau umgekehrt. Hier wird zuerst RTL, dann Sat.1, danach ProSieben geschaut. Zusammen mit Vox folgt die ARD auf Platz 4 und danach erst das ZDF (Zubayr, Gerhard 2009).

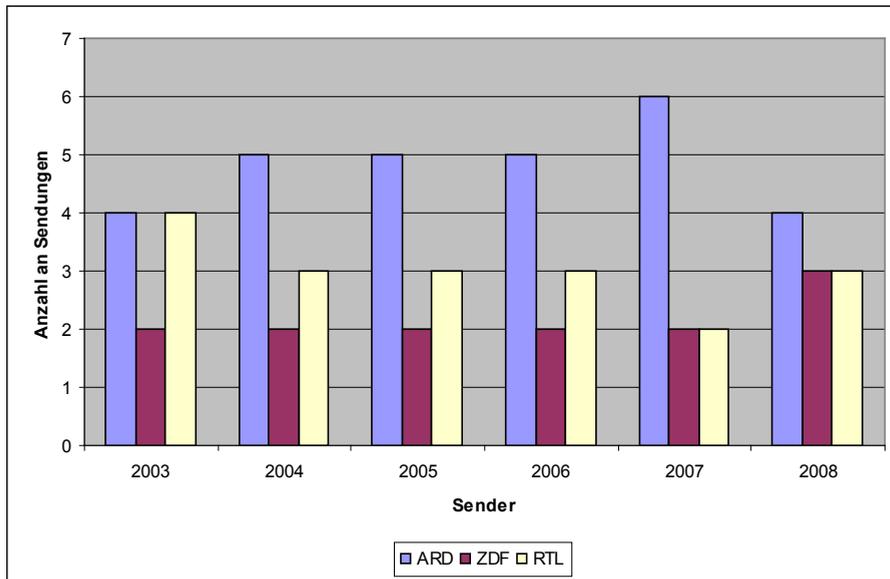
Eindeutige Prognosen, ob die heute 14- bis 49-Jährigen Zuschauer auch dann dem Privatfernsehen treu bleiben, wenn sie über 50 sind, sind derzeit nicht möglich. Festzustellen ist: die Generationen, die ihre Fernsehsozialisation in Westdeutschland vor der Einführung des Privatfernsehens hatten, bleiben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu einem großen Teil treu. Die Generationen, deren Fernsehsozialisation durch das duale System geprägt ist, präferieren zu einem großen Teil die privaten Fernsehsender. Untersuchungen zum Nutzungsverhalten von Kultureinrichtungen (Keuchel, Wiesand 2008) belegen, dass nicht davon ausgegangen werden kann, dass sich die kulturellen Präferenzen mit zunehmendem Alter grundlegend verändern. Oder anders gesagt: Theater und Konzerthäuser können nicht darauf setzen, dass ihre Angebote mit zunehmendem Alter genutzt werden. Im Gegenteil, die von Keuchel und Wiesand untersuchte Generation 50+ besucht sowohl das Rockkonzert als auch die Oper.

Werden diese empirischen Untersuchungen auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk übertragen, würde das bedeuten, dass die heute nicht erreichten Zuschauer auch in der Zukunft voraussichtlich nur zu einem kleinen Teil für die öffentlich-rechtlichen Programme gewonnen werden können. Nicht von ungefähr bemüht sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk auch sehr darum, jüngere Zielgruppen anzusprechen und für sein Programm zu gewinnen¹⁰².

101 Bei RTL ist eine gegenläufige Zuschauerakzeptanz zu verzeichnen. Die Nachmittags-sendungen stoßen auf deutlich weniger Zuschauerinteresse als das Abendprogramm.

102 Beim Hörfunk ist dieses, wie am Beispiel von 1LIVE gezeigt wurde, gelungen.

DIAGRAMM 55: Anzahl der Sendungen von ARD, RTL und ZDF unter den Top Ten der Unterhaltungssendungen im Fernsehen



Quelle: Eigene Darstellung nach Zubayr, Gerhardt 2005, 102; Zubayr, Gerhardt 2006, 135; Zubayr, Gerhardt 2008, 116; Zubayr, Gerhardt 2009, 110

Wird näher geschaut, welche Sendungen von den Zuschauern präferiert werden, so überwiegen die unterhaltenden Formate (Zubayr, Gerhard 2009). „Täglich verbrachte jeder Bundes- oder EU-Bürger in Deutschland 80 Fernsehminuten mit Filmen, Serien und Unterhaltungsshows“ (Zubayr, Gerhard 2009, 106). Demgegenüber mussten die Nachrichtensendungen erneut Einbußen hinnehmen.

Aufgrund der Bedeutung der Unterhaltungsshows sowie von Filmen und Serien für die Zuschauer sollen sie im Folgenden näher betrachtet werden. Dabei steht nicht die Häufigkeit dieser Sendungen im Programm im Mittelpunkt der Betrachtung, sondern die Zuschauerquote der Unterhaltungsshows respektive Reihen und Serien der ARD, des ZDF, von RTL und Sat.1.

Die etablierten Unterhaltungsshows büßen Zuschauer ein. Zwar ist „Wetten dass..?“ nach wie vor Nummer 1 der Unterhaltungsshows im Deutschen Fernsehen, dennoch ist der Einbruch an Zuschauerzahlen unverkennbar. Im Jahr 2003 hatte die Sendung 14,72 Mio. Zuschauer (Zubayr, Gerhardt 2005, 102), im Jahr 2004 13,71 Mio. Zuschauer (Zubayr, Gerhardt 2006, 135), im Jahr 2005 13,19 Mio. Zu-

schauer, im Jahr 2006 12,98 Mio. Zuschauer (Zubayr, Gerhardt 2008, 135), im Jahr 2007 11,84 Mio. Zuschauer und im Jahr 2008 10,65 Mio. Zuschauer. Das entspricht einem Verlust an Zuschauern von 4,07 Mio. in fünf Jahren.

In Diagramm 55 wird dargestellt, wie viele Sendungen ARD, RTL und ZDF jeweils unter den Top Ten der Unterhaltungssendungen hatten. Die ARD hat die Anzahl der Sendungen unter den Top Ten¹⁰³ von 2004 bis 2006 kontinuierlich ausgebaut, demgegenüber sank die Anzahl der Sendungen von RTL an den Top Ten bis 2007. Ebenfalls musste das ZDF Einbußen hinnehmen. Trotz aller Kritik am European Song Contest kann die ARD mit dieser Sendung weiterhin bei den Zuschauern punkten. Von 2003 bis 2008 gehörte diese Sendung immer zu den Top Ten der Unterhaltungssendungen. Insofern ist es nur folgerichtig, dass die ARD ein besonderes Augenmerk auf sie richtet. Auch bei anderen Sendungen ist eine bemerkenswerte Kontinuität in der Beliebtheit festzustellen. Zu den beliebten Sendungen gehören „Wer wird Millionär?“ von RTL, die verschiedenen Quizsendungen der ARD wie „Frag doch mal die Maus“, eine WDR-Produktion, „Der große Schultest mit Jörg Pilawa“ oder auch der „Pilawas großes Märchenquiz“. Auf große Zuschauerresonanz stößt ebenso die Sendung „Die Krone der Volksmusik“ in der ARD. Diese Sendung hat wiederum eine wichtige kulturwirtschaftliche Bedeutung, da sie zur Bekanntheit der dort auftretenden Stars der volkstümlichen Musik einen wesentlichen Beitrag leistet. „Die Krone der Volksmusik“ ist ein sehr gutes Beispiel dafür, dass insbesondere Sendungen, die sich an ein eher älteres Publikum richten, auf große Zuschauerresonanz zielen, weil die Älteren mehr fernsehen und weil sie einen wachsenden Teil der Bevölkerung stellen. Die Fernsehangebote von RTL zielen momentan nicht auf diese Altersgruppe, sondern auf die 14- bis 49-Jährigen ab¹⁰⁴. Innerhalb seiner Zielgruppe ist RTL erfolgreich.

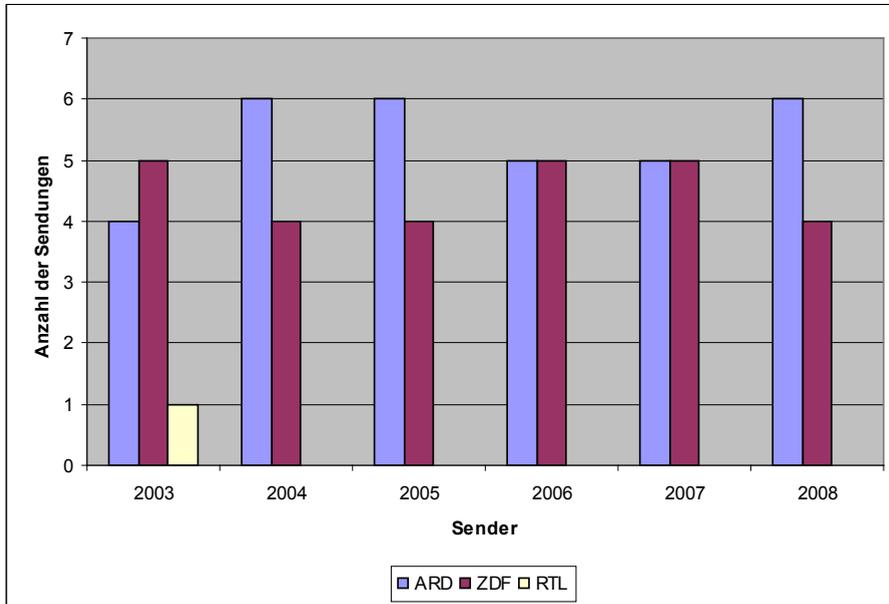
Werden bei den fiktionalen Sendungen¹⁰⁵ die Reihen und Serien betrachtet, so ist ebenfalls zu beobachten, dass die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten in der Gunst der Zuschauer ganz vorne liegen. Diagramm 56 ist zu entnehmen, dass nur ein Mal, im Jahr 2003, RTL es geschafft hat, mit einer Serie unter die Top Ten der Fernsehfilmreihen und -serien zu kommen. Es war die Serie „Alarm für Cobra 11“,

103 Eine Besonderheit ist die Karnevalssendung „Mainz bleibt Mainz, wie es singt und lacht“, die im Wechsel von ARD und ZDF ausgestrahlt wird und daher in einem Jahr beim ZDF und in einem anderen bei der ARD zu Buche schlägt. Die Sendung gehört zu den Top Ten.

104 Es bleibt abzuwarten, ob sich angesichts des demografischen Wandels in den nächsten Jahren die Hauptzielgruppe der privat-kommerziellen Fernsehanbieter verändern wird.

105 Eine genauere Betrachtung von Kinofilmen, die im Fernsehen gesendet werden, ist im Rahmen dieser Untersuchung nicht möglich. Insbesondere die privat-kommerziellen Rundfunkunternehmen senden eine Vielzahl sogenannter „Block-Buster“, die hier nicht näher betrachtet werden sollen.

DIAGRAMM 56: Anzahl der Fernsehfilmreihen und -serien von ARD, RTL und ZDF unter den Top Ten



Quelle: Eigene Darstellung nach Zubayr, Gerhardt 2005, 103; Zubayr, Gerhardt 2006, 135; Zubayr, Gerhardt 2008, 118; Zubayr, Gerhardt 2009, 112

die zwar immer noch läuft, aber offenkundig auf weniger Interesse stößt. Ansonsten teilen sich ARD und ZDF die Top Ten in den Marktanteilen von Fernsehfilmreihen und -serien.

Zu den beliebten Serien und Reihen gehören z.B. die Krimis „Tatort“ (ARD), „Polizeiruf 110“ (ARD), „Bella Block“ (ZDF), „Lutter“ (ZDF) sowie die Familienserien „Um Himmels willen“ (ARD), „Familie Dr. Kleist“ (ARD), „Das Traumschiff“ (ZDF) oder auch „Rosamunde Pilcher“ (ZDF).

Alle genannten Unterhaltungssendungen sowie Fernsehreihen und -serien können gemäß dem in dieser Studie angewandten Kulturbegriff zum Kulturbereich gezählt werden. Sie fallen entweder unter den mittleren oder zumindest den weiten Kulturbegriff. Unter kulturwirtschaftlichem Aspekt gehören sie allemal dazu, denn, wie an verschiedenen Stellen bereits ausgeführt, unter kulturwirtschaftlicher Perspektive wird keine Unterscheidung zwischen Kulturgütern getroffen, ob sie eher dem engen, dem mittleren oder dem weiten Kulturbegriff zugeordnet werden

können. Sie stellen zugleich nur einen Ausschnitt des Angebots der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und der privat-kommerziellen Rundfunkunternehmen dar. Dennoch, laut Rundfunkstaatsvertrag ist es Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Unterhaltungssendungen anzubieten. Gerade dieser Sachverhalt wird in der kulturpolitischen Diskussion oftmals unter den Teppich gekehrt. Es sollte daher an dieser Stelle bewusst ein Akzent auf die Akzeptanz der Unterhaltungssendungen gelegt werden.

Dennoch steht der öffentlich-rechtliche Rundfunk aufgrund seiner Finanzierung aus Gebührenmitteln in der Pflicht, nicht nur Sendungen anzubieten, die dem breiten Publikumsgeschmack entsprechen. Er muss sich ebenso um anspruchsvolle Sendungen bemühen, die eher ein kleineres Publikum interessieren. Mit Blick auf die fiktionalen Formate stellen Zubayr und Gerhard fest, dass im Jahr 2008 das ZDF mit seinem Termin für anspruchsvolle Fernsehfilme am Montag um 20.15 Uhr und die ARD mit ihrem entsprechenden Sendeplatz am Mittwoch beachtliche Zuschauerzahlen erreichten¹⁰⁶.

7.1 WDR Fernsehen

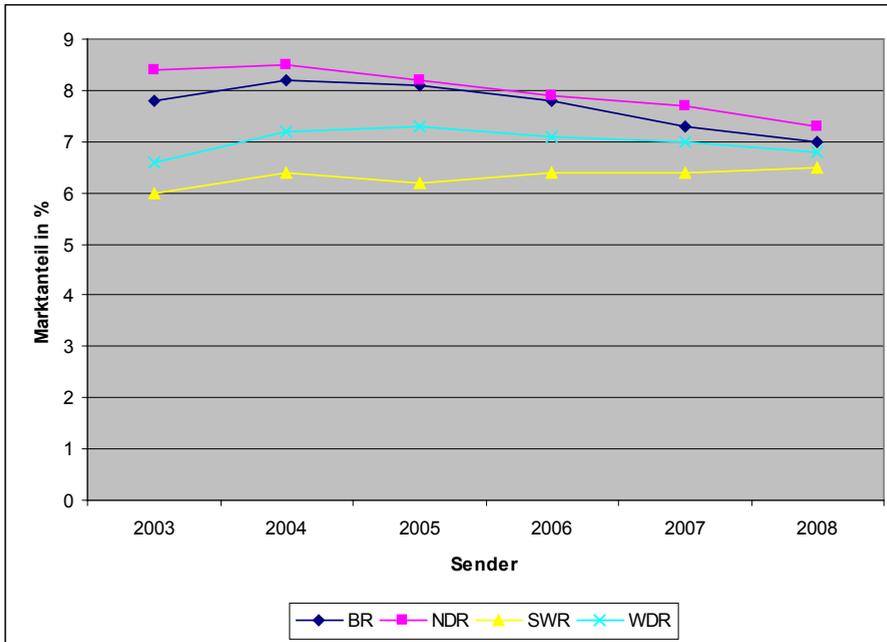
Die Zeiten, als die sogenannten Dritten Programme reine Bildungsprogramme waren, sozusagen die Volkshochschule vor dem Sofa, sind lange vorbei. Die Dritten Programme sind längst zu Vollprogrammen geworden. Eine Sendepause gibt es nicht mehr. Kennzeichen der Dritten Programme – egal welcher ARD-Landesrundfunkanstalt – sind regionalspezifische Sendungen.

Zusammen erreichen die Dritten Programme deutschlandweit einen Marktanteil von rd. 13,5%¹⁰⁷ (Zubayr, Gerhardt 2009, 104; Zubayr, Gerhardt 2006, 129). Innerhalb ihres Sendegebiets erreichen die in dieser Studie verglichenen ARD-Sender BR, NDR, SWR und WDR bis über 8% Marktanteil. In Diagramm 57 ist die Entwicklung des Marktanteils der Dritten Programme von BR, NDR, SWR und WDR dargestellt. Dem Diagramm ist zu entnehmen, dass sowohl das NDR Fernsehen, das im Jahr 2003 mit 8,4% Marktanteil im Sendegebiet startete, und das Bayerische Fernsehen in seinem Sendegebiet an Marktanteil verloren haben. Demgegenüber hat das Südwest Fernsehen Marktanteile gewonnen. Das WDR Fernsehen hat im Vergleich zu Spitzenwerten in den Jahren 2004 und 2005 seinen

106 Das ZDF im Schnitt eine Zuschauerzahl von 4,68 Mio. und die ARD von 4,17 Mio.

107 Marktanteil in 2003 13,4%, in 2004 13,7%, in 2005 13,6%, in 2006 13,5%, in 2007 13,5%, in 2008 13,2.

DIAGRAMM 57: Entwicklung der Marktanteile der Dritten Programme von BR, NDR, SWR und WDR in den Jahren 2003 bis 2008



Quelle: Eigene Darstellung nach Zubayr, Gerhardt 2009, 104; Zubayr, Gerhardt 2006, 129

Marktanteil gehalten. Es stößt also auf eine stabile Resonanz. Insgesamt haben sich die Marktanteile in den jeweiligen Sendegebietern der hier zur Rede stehenden Sender angeglichen.

Sendungen mit Regionalbezug im WDR Fernsehen und Zulieferungen des WDR Fernsehen zu Das Erste

Im WDR Fernsehen gibt es sehr unterschiedliche nicht fiktionale und fiktionale Sendungen mit einem Regionalbezug, auf die im Folgenden exemplarisch eingegangen werden soll. Es sollen zugleich Sendungen Erwähnung finden, die vom WDR Fernsehen produziert, aber in Das Erste erstausgestrahlt werden wie z.B. „Tatort“.

Flaggschiff des WDR Fernsehen in Bezug auf die regionale Ausrichtung ist die Sendung „Lokalzeit“. In dieser Studie wurde bereits auf den Auf- und Ausbau der verschiedenen Regionalstudios in den vergangenen zwanzig Jahren eingegangen und dargelegt, dass der WDR damit die Regionalisierung vorangetrieben hat.

Unterhaltungssendungen mit besonderem Bezug zu NRW sind beispielsweise „Tief im Westen“, in der auf dem Wasserweg verschiedene Gegenden Nordrhein-Westfalens erkundet werden. In der Ratgebersendung „Wunderschön!“ werden unter anderem Reiseziele in NRW vorgestellt. Ebenfalls dem Genre Unterhaltung zugehörig ist die politische Kabarettssendung „Mitternachtsspitzen“. Durch die seit 1988 gesendete Sendung führt der Kölner Kabarettist Jürgen Becker. Zu Gast sind Kabarettisten aus ganz NRW aber auch darüber hinaus. Viele bundesweit bekannte Kabarettisten hatten in „Mitternachtsspitzen“ ihre ersten Fernsehauftritte und haben so Bekanntheit erlangt. Ebenfalls zur Unterhaltung zählt „Stratmanns“ mit Dr. Ludger Stratmann. „Jupps Kneipentheater im Pott“, so der Untertitel, wird in einer Kneipe in Essen produziert. Kernelemente der Sendung sind das Leben der fiktiven Familie „Schagalla“ sowie Auftritte von Kabarettisten und Comedians.

Unter der Überschrift „Doku am Freitag“ sind Dokumentationen zu Land und Leuten in NRW versammelt. Hierzu gehören beispielsweise die Reihen „Die Besten im Westen“, in der Menschen aus NRW portraitiert werden, „Dynastien in NRW“, in der nordrhein-westfälische Unternehmen vorgestellt werden oder auch „Wie x nach y kam“, z.B. „Wie der Wintersport ins Sauerland kam“.

Aus dem fiktionalen Bereich ist die Serie „Die Anrheiner“ zu nennen, die in einem fiktiven Viertel in Köln spielt. In dieser Serie verbindet der WDR sein Anliegen, sich stärker dem Thema multikulturelle Gesellschaft zu widmen, mit der Regionalisierung.

Paradigmatisch für die Verbindung von Lokalkolorit mit gesellschaftspolitischen Themen steht die ARD-Reihe „Tatort“. In NRW ermittelten 1992 bis 1997 in Düsseldorf Kriminalhauptkommissar Bernd Flemming, seit 1997 das Team der Kölner Kriminalhauptkommissare Max Ballauf und Freddy Schenk und seit 2002 in Münster Kriminalhauptkommissar Frank Thiel und der Gerichtsmediziner Prof. Karl-Friedrich Boerne. Insbesondere im „Tatort Köln“ werden gesellschaftlich brisante Themen aufgegriffen wie beispielsweise in der Folge „Manila“ Sextourismus zu den Philippinen¹⁰⁸. Die Reihe „Tatort“ wird wöchentlich am Sonntag um 20.15 Uhr in Das Erste ausgestrahlt und im WDR Fernsehen wiederholt.

Die genannten nicht fiktionalen und fiktionalen Sendungen leisten einen wichtigen Beitrag zur Identität des erst 1949 geschaffenen Landes Nordrhein-Westfalen mit seinen Menschen unterschiedlichster Herkunft und Lebensgeschichten. Unter kulturwirtschaftlicher Perspektive sind die Auftrittsmöglichkeiten für Künstler aus NRW – aber auch darüber hinaus – in Unterhaltungssendungen wie „Mitter-

108 Nach der Erstausstrahlung des Films in Das Erste fand eine Diskussion in der anschließenden Politik-Talksendung zum Thema Sextourismus statt. Die ARD hat hier gezeigt, wie Fiktionales und gesellschaftliche Diskussion verbunden werden können.

nachtsspitzen“ oder auch „Stratmanns“ von Bedeutung. Neben dem Verdienst aus Auftritten im Fernsehen ist hier auch die wachsende Bekanntheit durch Fernsehauftritte zu erwähnen.

Sendungen ohne expliziten Regionalbezug im WDR Fernsehen

Über die genannten Sendungen mit einem regionalen Bezug hinaus sendet das WDR Fernsehen eine Reihe von nicht fiktionalen und fiktionalen Sendungen, die weniger auf das Land NRW ausgerichtet sind.

Als Unterhaltungssendungen sind hier beispielsweise „Poetry Slam“, „Zimmer frei“ oder auch „Dittsche“ zu nennen. In der Sendung „Poetry Slam“ stellen junge Wortakrobaten ihre selbst verfassten Texte einem Publikum vor, das mit seinem Applaus über den Sieger entscheidet. Mit dieser Sendung wird ein junges Publikum angesprochen und zugleich der Slamszene ein Forum geboten. Prominente erhalten ein Forum in der Unterhaltungssendung „Zimmer frei“, in der das Moderatorenteam Christine Westermann und Götz Alsmann Gäste aus Kultur, Sport und Unterhaltung empfängt.

Zimmer frei

Bereits ein Blick auf die Gästeliste der Show „Zimmer frei“ von Christine Westermann und Götz Alsmann aus dem Jahr 2007 fördert eine beachtliche Anzahl an Schauspielern, Schriftstellern und Musikern zu Tage; zweifelsohne aller Berufe aus dem Kunst- und Kulturbereich. Die Mehrzahl derer, die sich um ein WG-Zimmer bewarben, waren in den Jahren 2007 und 2008 Filmschaffende. Natürlich werden auch Personen des öffentlichen Lebens eingeladen, die in einem anderen Segment tätig sind. Fußballprofis, wie der bei Arminia Bielefeld und dann vor allem bei Borussia Dortmund spielerisch groß gewordenen Thomas Helmer oder Deutschlands erfolgreichste Fußballerin Steffi Jones wurden von den Gastgebern ebenso willkommen geheißen wie die Grünen-Politikerin Claudia Roth oder der Fernseh-Koch Horst Lichter.

Während der einstündigen Sendung fühlen die Moderatoren den Geladenen gehörig auf den Zahn und entlocken ihnen Details aus ihrem Berufs- und Privatleben. Neben den sehr unterhaltsamen und phantasievollen Spielen, die die Gäste zu meistern haben, kommt auch die künstlerische Betätigung nicht zu kurz. Als Musikwissenschaftler und passionierter Jazz-Musiker bewegt Götz Alsmann die Prominenten in jeder Sendung zu Gesangseinlagen oder anderen, der Kleinkunst zuzurechnenden Aktionen. Gespickt wird die illustre WG-

Bewerbungs-Show durch Humoreskes. Wer erinnert sich nicht an die Zeiten, in denen die Kabarettistin Cordula Stratmann in der Rolle der Annemie Hülchrath für Lacher sorgte? Diese hochwertige Unterhaltungsshow liefert nun bereits seit 1996 Einblicke in das Leben von Künstlern und Kulturschaffenden.

Neben den „Mitternachtsspitzen“ und „Stratmanns“ produziert der WDR mit „Dittsche – das wirklich wahre Leben!“ eine Improvisations-Comedy. Olli Dittrich, der auch die Hauptfigur „Dittsche“ spielt, hatte das Projekt an mehrere Sender herangetragen. Der WDR hatte letztlich den Mut, die Sendung zu produzieren. Im Mittelpunkt der Sendung steht der Arbeitslose Dittsche, der mit Badelatschen, Bademantel, Oberhemd und Jogginghose bekleidet, seine komisch-traurigen Monologe in einem Imbiss hält. Der Erfolg gab sowohl Dittrich als auch den Verantwortlichen des Senders Recht: „Dittsche“ traf nicht nur den Nerv zur Zuschauer, die Sendung wurde auch mit Preisen bedacht. Im Jahr 2009 konnte Olli Dittrich die Goldene Kamera entgegennehmen. Bereits im Jahr 2004 wurde „Dittsche“ mit dem Deutschen Fernsehpreis ausgezeichnet, im Übrigen der einzige Deutsche Fernsehpreis in der Kategorie Comedy, den ein ARD-Sender erhalten hat. Seit der Erstausstrahlung im Februar 2004 läuft nun bereits die 11. Staffel im WDR-Fernsehen. Um das eigentümliche „Dittsche“-Universum auf Film zu bannen, bedarf es dabei weder eines Drehbuchs noch „durchchoreografierter“ Kameraeinstellungen. Vielmehr wird mit viel Witz und Liebe für den eher abwegigeren Weg um aktuelle Themen quasi „herumimprovisiert“.

Dem Megathema Integration widmet das WDR Fernsehen die eigene Magazinsendung „Cosmo TV“. Im Mittelpunkt der wöchentlich ausgestrahlten Sendung steht das Zusammenleben von Migranten und Deutschen. „Cosmo TV“ will mit seinen Beiträgen Aufklärungsarbeit leisten. Es geht eben nicht um vorgefertigte Meinungen, die in der Sendung nochmals bestärkt werden sollen, sondern um die Darstellung verschiedener Positionen. Die Themen werden daher jeweils von unterschiedlichen Seiten beleuchtet.

Eine Stärke des WDR sind seine Dokumentationen. „Menschen hautnah“ portraitiert Menschen in schwierigen und glücklichen Situationen, die die Fernsehzuschauer berühren. Beispiele für die sehr intensiven Sendungen dieser Reihe, die sich durch eine sehr eigene Filmsprache auszeichnet, sind „Wenn Mutti säuft“ über Kinder von Alkoholikerinnen, ausgezeichnet mit dem Deutschen Sozialpreis der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege, „Im Schatten der Blutrache“, ausgezeichnet mit dem Deutschen Fernsehpreis als Beste Dokumentation

oder auch „Ich war Baulöwe Dr. Schneider“. Viele Dokumentarfilme dieser Reihe wurden mit Preisen ausgezeichnet, was deren Exzellenz zeigt.

Ebenfalls im Genre Dokumentation und Reportage angesiedelt ist die Reihe „tag7“. Hier werden Menschen aus aller Welt portraitiert, die etwas bewegen wollen oder auch Menschen, die Schicksalsschläge erleiden. Dass diese Schicksalsschläge eben nicht voyeuristisch und reißerisch aufgemacht werden müssen, zeigt die Reportage „Warum wollte Jakob sterben?“ über den Selbstmord eines 13-jährigen Jungen. Auch Filme dieser Reihe sind preisgekrönt.

Seit 2000 wird die Reihe „die story“ ausgestrahlt. Im Mittelpunkt stehen hier Geschichten, die gesellschaftliche Relevanz haben und emotional erzählt werden können. Beispiele hierfür sind „Wer hilft, wenn Heilung unmöglich ist? Der Kampf um würdevolles Sterben“ oder auch „Traumberuf Koch? 16 Stunden am Tag schufeten“. Auch die Filme dieser Reihe zeichnen sich durch eine eigene Präsentation und Bildsprache aus.

Zwei Mal im Monat zeigt das WDR Fernsehen lange Dokumentarfilme. Im Mittelpunkt stehen hier nicht Reportagen sondern klassische Dokumentarfilme. So hat der WDR den Dokumentarfilm „Deutschland. Ein Sommermärchen“ von Sönke Wortmann produziert und finanziert. Ein Film, bei dem zu Beginn nicht feststand, ob es sich um die Feier einer erfolgreichen Fußballweltmeisterschaft 2006 handeln würde oder um eine Dokumentation des Scheiterns. Dieser Film fand aufgrund seines Erfolgs den Sprung ins Kino, war allerdings als reiner Fernsehfilm geplant. Beispiele für Dokumentarfilme aus der jüngsten Zeit sind „Die Anwälte – Eine deutsche Geschichte“ über die ehemaligen RAF-Verteidiger Otto Schily, Horst Mahler und Hans-Christian Ströbele oder auch „Fräulein Stinnes fährt um die Welt“ über Clärenore Stinnes, die als erste Frau die Erde mit einem Auto umrundete.

Ganz eigene Wege geht der Filmautor Heinrich Breloer zusammen mit seinem „Haussender“ WDR. Breloer verbindet in seinen Filmen Dokumentarisches und Spielfilmszenen und hat damit fast ein eigenes Genre, das Dokudrama, geschaffen. Breloer setzt sich in seinen Filmen mit der jüngeren und jüngsten Geschichte auseinander. Beispiele sind „Kollege Otto. Die coop-Affäre“ (1991), „Wehner. Die unerzählte Geschichte“ (1993), „Todesspiel. Von der Entführung Hanns-Martin Schleyers bis zur Geiselnahme in Mogadischu (1997), „Die Manns – Ein Jahrhundertroman. Die Geschichte der Familie Mann“ (2001) und „Speer und Er“ (2004). Im Jahr 2008 lief die Kinokoproduktion „Buddenbrooks“ im Kino, deren Ausstrahlung voraussichtlich im Jahr 2010 als Zweiteiler im Fernsehen erfolgen wird¹⁰⁹.

109 Die Filme von Heinrich Breloer werden zuerst in das Das Erste ausgestrahlt.

Der Westdeutsche Rundfunk produzierte immer wieder Filme, die großen gesellschaftlichen Anklang fanden. Exemplarisch für Filme, die umfassende Diskussionen aufwarfen, ist der Film „Wut“ von Züli Aladağ. Bereits vor der Erstausstrahlung im Ersten entbrannte eine rege Diskussion über die Inhalte, es kam zu einer Verschiebung der Sendezeit. Und tatsächlich wurde der Film, der die Gewalt unter Jugendlichen, hier ausgehend von jungen Deutsch-Türken, thematisiert, aufgrund der ihm unterstellten gewaltverherrlichenden Darstellung in das Spätprogramm verschoben¹¹⁰. – Zu einem späteren Zeitpunkt wurde der Film im WDR Fernsehen um 20.15 Uhr wiederholt. – Der damalige WDR-Intendant Fritz Pleitgen drückte in einem Interview in der Süddeutschen Zeitung sein Unverständnis gegenüber der Verschiebung im Ersten, die von den ARD-Intendanten getragen wurde, so aus: *„Ich bin nicht wütend, ich bin enttäuscht. Ich hätte uns ein bisschen mehr Courage zugeutraut.“* (SZ vom 27.09.2006) Die Wellen der Entrüstung, die der Programmverschiebung folgten sowie die Diskussionen, die sich an die Ausstrahlung von „Wut“ anschlossen, zeigten vor allem eines: dass der WDR inhaltlich genau richtig lag. Hier wurde ein Thema aufgegriffen, das in den Mittelpunkt der gesellschaftlichen Debatte eines Einwanderungslandes gehört. Mutig wie notwendig war der Film ja gerade, weil er schonungslos und ungeschönt Ausschnitte einer Wirklichkeit zeigt, die fern ab der Idealvorstellung der funktionierenden Integration liegen. Die Auszeichnungen und Nominierungen für „Wut“ gaben dem Konzept Recht. Ausgezeichnet wurde er mit dem Adolf-Grimme-Preis 2007, der Goldenen Kamera und der Nominierung für den 3sat Zuschauerpreis, um nur eine Auswahl zu nennen. Die WDR-Öffentlichkeitsarbeit hat zu dem Film ein umfangreiches Arbeitspaket für den Einsatz an der Sekundarstufe II erarbeitet.

„Wut“ war bei Weitem nicht der einzige Film, der in den letzten Jahren für Aufsehen sorgte. Noch hitziger verlief die Diskussion um den WDR-Zweiteiler „Contergan – Eine einzige Tablette“, zumal es sich nicht um einen fiktiven Stoff handelte, sondern der größte Arzneimittelskandal der Nachkriegszeit in Deutschland im Fokus der Verfilmung stand. Die Firma Grünenthal brachte zwischen 1957 und 1961 das Beruhigungsmittel Contergan auf den Markt. Als Beruhigungs- und Schlafmittel für Schwangere empfohlen, führte die regelmäßige Einnahme des Medikaments dazu, dass ca. 5.000 schwer missgebildete Kinder geboren wurden. Trotz des massiven Drucks seitens der Presse und der Öffentlichkeit in Folge der Missbildungen wurde das Medikament erst nach vier Jahren vom Markt genommen. Was folgte war ein Jahre andauernder rechtlicher Streit um Entschädigungen der Kinder.

110 Wie beim bereits erwähnten „Tatort Manila“ fand auch im Anschluss an „Wut“ eine Diskussionssendung statt.

Beinahe fünfzig Jahre nach der Einführung des Medikamentes machte der WDR dieses Thema zum Inhalt eines Zweiteilers. Die Ausstrahlung musste wiederholt verschoben werden, da im Vorfeld der Contergan-Hersteller Grünenthal gegen den Film geklagt hatte.

Aufbereitung des Films „Eine einzige Tablette“ durch Dokumentationen, Diskussionen, Internetpräsenz

Das Thema Contergan wurde in zahlreichen Beiträgen und Sendungen im WDR Fernsehen und Hörfunk aufbereitet. Allein in der WDR-MEDIATHEK finden sich elf Beiträge, die via Internet eingesehen werden können. So berichteten zwischen Oktober 2007 und Juni 2009 allein drei „Lokalzeit(en)“, fünf „Aktuelle Stunde(n)“ sowie zweimal Sendungen auf WDR 5 und einmal auf WDR 2 über das Thema. Frank Plasberg diskutierte in der politischen Talkshow „Hart aber fair“ im November 2007 über die Frage „*Kann sich ein Fall wie Contergan wiederholen? Wie wirksam kontrolliert der Staat?*“ Darüber hinaus nahmen sich die Sendungen „Planet Wissen“ und „Quarks & Co“ des Themas an.

Am Beispiel „Contergan“ wird besonders ersichtlich, wie wertvoll die Anreicherung von Filminhalten mit Fakten im Internet ist. DasErste.de richtete eine eigene Seite ein, die ausschließlich mit Informationen rund um den Film und das Thema gefüllt ist. Neben dem Film wurde für das Fernsehen eine Dokumentation hergestellt, die den Titel „Die Opfer, die Anwälte und die Firma“ trägt und von Danuta Harrich-Zandberg und Walter Harrich stammt. Im Netz wurde Zuschauern wie Interessierten und Betroffenen die Möglichkeit gegeben, sich in einem Chat mit Michael Souvignier (Produzent), Adolf Winkelmann (Regisseur), Danuta Harrich-Zandberg (Produzentin Dokumentation), Maria Bergner-Willig (Vorsitzende des NRW-Conterganverbandes), Mirek Nitsch (Rechtsanwalt) und Katja De Bock (WDR-Redakteurin) über den Film und die dahinter stehende Geschichte auszutauschen. Und auch die Einträge in dem Online-Gästebuch zeigen, wie groß das Interesse und der Wille zum Austausch über dieses Thema sind.

Die große Resonanz ist zudem ein Indiz für die Bedeutung, die dem Film und den um ihn herum platzierten zusätzlichen „Informationsprodukten“ wie auch der Möglichkeit des Austausches auf den Internetseiten der Öffentlich-Rechtlichen zukommt.

Beteiligung an Kinoproduktionen

Wie andere öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten auch ist der WDR an Kinoproduktionen beteiligt. Wiederum das Thema Integration spielt eine Rolle in der Kinoproduktion „Knallhart“ in der Regie von Detlev Buck. Der in Berlin-Neukölln spielende Film greift das Thema Gewalt unter Jugendlichen vor dem Hintergrund eines Stadtteils mit einem hohen Anteil an Migrant*innen auf. An ein heißes Eisen haben sich WDR und arte bei der Unterstützung der Kinoproduktion „Der freie Wille“ von Matthias Glasner herangetragen. Hauptdarsteller Jürgen Vogel erhielt für seine Darstellung des Vergewaltigers Theo, der seinen Trieb nicht unterdrücken kann und schließlich Suizid begeht, einen Silbernen Bären bei der Berlinale 2006.

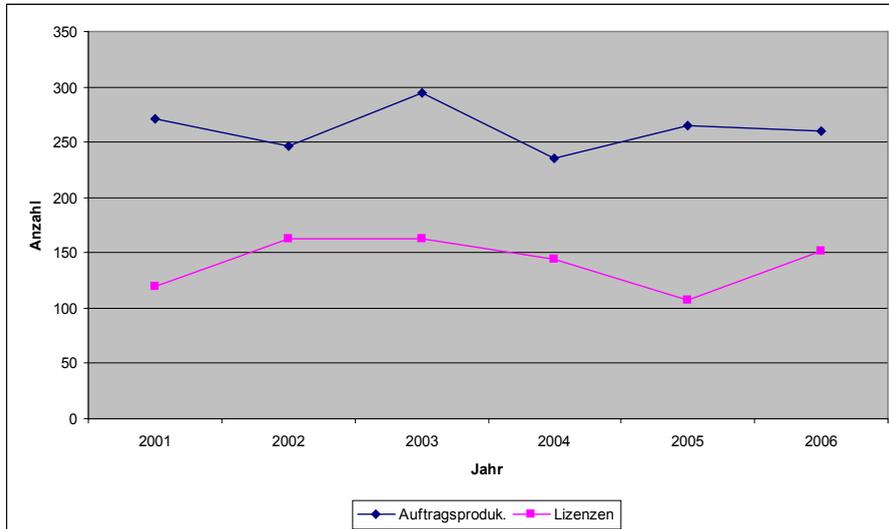
Der WDR ist aber nicht nur Koproduzent von Filmen bereits erfolgreicher Filmemacher. Mit der Koproduktion des Dokumentarfilms „Ich will Dich – Begegnungen mit Hilde Domin“ hat er eine jungen Filmemacherin, Anne Ditges, bei ihrem Debütfilm für Kino und Fernsehen unterstützt und einen eher leisen Film koproduziert, der sich mit einer bedeutenden deutschen Nachkriegs-Literatin auseinandersetzt.

Die angeführten Beispiele vermitteln einen Eindruck von der Vielfalt des WDR Fernsehen bzw. der vom WDR Fernsehen unterstützten Produktionen. Von leicht bis ernst, von unterhaltend bis nachfragend, das Spektrum ist breit und vielschichtig. Das WDR Fernsehen ist wie die anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ein wichtiger Ansprechpartner für die Filmbranche. Er ist aber mehr. Wie dargestellt, ist das Fernsehen für Künstler verschiedener Sparten ein sehr wichtiger Ansprechpartner und Multiplikator. Fernsehsendungen bieten Künstlern verschiedener Sparten ein Podium, in dem über sie und ihre Arbeit berichtet wird, in dem ihre Arbeiten vorgestellt werden, in dem Hintergründe dargelegt werden, in dem ihnen Auftrittsmöglichkeiten geboten werden. Die angeführten Beispiele zeigen überdies, wie der WDR den gesellschaftlichen Auftrag zur Meinungsbildung und Information ernst nimmt.

7.2 Deckung des Programmbedarfs

Mit Blick auf die kulturwirtschaftliche Wirkung des WDR ist besonders interessant, wie er seinen Programmbedarf über die Eigenproduktionen hinaus durch Auftrags- und Koproduktionen sowie Lizenzerwerb deckt. Der Bedarf des WDR an extern erstellten Sendeminuten schwankt. Diese Schwankungen sind system-

DIAGRAMM 58: Anzahl der Verträge für Auftrags- und Koproduktionen sowie Lizenzen des WDR in den Jahren 2001 bis 2006



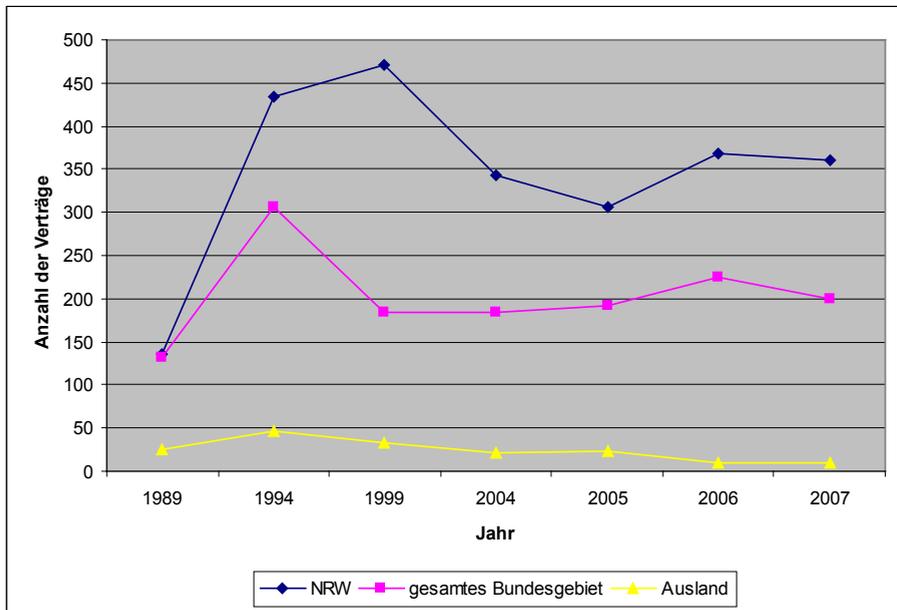
Quelle: Eigene Darstellung nach WDR Zentrale Aufgaben Fernsehen Statistik 2007, WDR Zentrale Aufgaben Fernsehen Statistik 2007

bedingt, da die Vertragsabschlüsse immer im Voraus getroffen werden und die Laufzeiten bis zur Sendung der vereinbarten Produktion sehr unterschiedlich sein können.

Auftrags- und Koproduktionen

Der WDR deckt seinen über die Eigenproduktionen hinausgehenden Programmbedarf vor allem durch Auftrags- und Koproduktionen. Lizenzerwerbe spielen eine sehr viel geringere Rolle. In den Jahren 2001 bis 2006 hat der WDR im Durchschnitt im Jahr mit 262 Partnern Verträge über Auftrags- oder Koproduktionen geschlossen und mit durchschnittlich 141 Partnern Lizenzverträge. Das nachstehende Diagramm 58 zeigt die Entwicklung der Verträge für Auftragsproduktionen sowie für Lizenzen. Wie das Diagramm zeigt, unterliegt die Zahl der Vertragspartner Schwankungen, das hängt unter anderem von der Größe der Vorhaben ab, die produziert bzw. gekauft werden. Im Jahr 2003 wurden besonders viele Verträge

DIAGRAMM 59: Regionale Verteilung der Verträge mit Fernsehproduzenten in den Jahren 1989, 1994, 2004, 2005, 2006 und 2007



Quelle: Erstellt anhand von Zentrale Aufgaben Fernsehen Statistik 2007.

für Auftrags- und Koproduktionen geschlossen, was mit einem größeren Bedarf an extern zu beschaffenden Sendeminuten in diesem Jahr zusammenhängt. Im Jahr 2004 sackte allerdings die Zahl der Verträge für Auftragsproduktionen ab. Im Jahr 2005 stieg die Zahl der Auftrags- und Koproduktionen wieder an. Die Zahl der geschlossenen Lizenzverträge sank auch im Jahr 2005, um dann zum Jahr 2006 hin anzusteigen. Die Schwankungen sind, wie bereits erwähnt, darauf zurückzuführen, dass zwischen Vertragsabschluss und fertiger Produktion größere Zeiträume – teilweise sogar mehrere Jahre – liegen können. Der Bedarf an Sendeminuten aus Auftrags- und Koproduktionen sowie Lizenzerwerbungen wird daher aus Vertragsabschlüssen der Vorjahre gedeckt.

Regionale Verteilung der Verträge mit Fernsehproduzenten

In den Jahren 1989 bis 2004 stieg die Zahl der Verträge mit Produzenten für Fernsehproduktionen stark. Von diesem Anstieg profitierten vor allem Produzenten aus NRW. Die Zahl der geschlossenen Verträge hat sich mehr als verdoppelt. In

den darauffolgenden fünf Jahren bis zum Jahr 1999 stieg die Zahl der Verträge mit Fernsehproduzenten aus NRW nochmals an, wenn auch wesentlich geringer als zuvor¹¹¹. Danach sank bis zum Jahr 2005 die Zahl der Verträge mit Fernsehproduzenten, um seither leicht anzusteigen. Diagramm 59 ist zu entnehmen, dass eine deutliche Priorität für Produzenten aus NRW besteht. In den fast zwanzig Jahren von 1989 bis 2007 wurden stets mehr Verträge mit Produzenten aus NRW geschlossen als mit Produzenten aus dem übrigen Bundesgebiet. Verträge mit Fernsehproduzenten aus dem Ausland spielen eine untergeordnete Rolle. Die Zusammenarbeit mit Produzenten aus NRW zeigt die große kulturwirtschaftliche Bedeutung des WDR für die Film- und Fernsehbranche in NRW.

Mit Blick auf die vornehmliche Vergabe von Aufträgen an Produzenten in NRW stellt sich die Frage, ob innerhalb des Landes NRW wiederum eine Konzentration auf Köln auszumachen ist. Mit dem WDR und RTL sind in Köln zwei „Großabnehmer“ für Fernsehproduktionen ganz unterschiedlicher Genres vorhanden. Eine Ansiedlung bzw. eine Unternehmensgründung in Köln ist daher erfolgsversprechend, weil die Kunden und weil eine kreative Szene mit dem notwendigen Know how vor Ort sind. Der Kulturwirtschaftsbericht Köln weist aus, dass die Zahl der Unternehmen der Film- und Fernsehherstellung von 2000 bis 2005 um 18% gewachsen ist. Innerhalb der Kölner Kulturwirtschaft ist die Film- und Fernsehherstellung die erfolgreichste Teilbranche (Kulturwirtschaftsbericht Köln 2007, 71). Der Zuwachs an Unternehmen bedeutet aber nicht, dass auch alle Unternehmensgründungen am Markt erfolgreich sein können. Im Gegenteil, der Wettbewerb ist nicht nur in Köln so intensiv, dass *„jährlich einige Produzenten die Geschäftsgrundlage verlieren oder keine Wachstumsmöglichkeiten finden“* (Pätzold, Röper 2008, 125).

In dem im März 2009 erschienen Medienatlas NRW, einem Forschungsprojekt im Auftrag der LfM (Landesanstalt für Medien) über die Medienstrukturen in Nordrhein-Westfalen, durchgeführt vom FORMAT T-Institut Dortmund, wird formuliert, dass die Basis für den Ausbau der Fernsehbranche in NRW *„die frühe Nachfrage des WDR nach Produktionen und damit die Ansiedlung von Produktions- und Dienstleistungsunternehmen in Köln“* war (Medienatlas NRW 2009, 89). Laut Medienatlas NRW spielte diese Struktur bei der Ansiedlung von RTL sowie in der Nachfolge weiterer kleinerer Sender in Köln eine erhebliche Rolle. Auch Soénius spricht im Interview im Anhang von der großen Bedeutung des WDR für die Fernsehproduktionslandschaft in Köln sowie die Ansiedlung von Fernsehsendern. Werden die vier Länder (Bayern, Berlin, Hamburg, NRW), in denen vornehmlich Fernsehproduktionsfirmen angesiedelt sind, verglichen, so ist NRW laut ei-

111 Der Anstieg von 1989 bis 1994 betrug 299 Verträge, von 1994 bis 1999 36 Verträge.

nem Langzeitvergleich des FORMAT-T-Instituts führend. Gut ein Drittel aller von 1998 bis 2007 erstellten Auftragsproduktionen wurden in NRW erstellt¹¹² (Medienatlas NRW 2009, 92). Von den führenden neun Produktionsfirmen in NRW haben acht ihren Sitz in Köln. Nur eine ist in Dortmund angesiedelt.

Eine Auswertung der Auftragsvergaben des WDR an Produzenten aus NRW zeigt ebenfalls, dass der Stadt Köln als Produktionsstandort eine herausragende Rolle zukommt. Wenn betrachtet wird, in welchen Städten die Produzenten ansässig sind, die mehr als fünf Aufträge vom WDR erhielten, sind es in den Jahren 2004 bis 2007 Produzenten mit Sitz in Köln. Diese Vorrangstellung Kölns gegenüber anderen Orten Nordrhein-Westfalens liegt aber nicht an einer besonderen Bevorzugung Kölner Produzenten durch den WDR. Im Gegenteil, hier kann die in der kulturwirtschaftlichen Debatte oft angesprochene Clusterbildung sehr gut nachvollzogen werden. Wenn ein Markt vorhanden ist, siedeln sich mehrere Unternehmen, die ähnliche Produkte anbieten, an.

Erhält eine Produktionsfirma fünf oder mehr Aufträge, so bedeutet das nicht zwangsläufig, dass damit auch sehr hohe Auftragsvolumina verbunden sind.

Daher sollen im Folgenden folgende Auftragsgrößen unterschieden werden:

- ♦ über 1 Mio. Euro,
- ♦ zwischen 500 T und 1 Mio. Euro,
- ♦ zwischen 250 T und 500 T Euro,
- ♦ zwischen 150 T und 250 T Euro.

In der nachstehenden Tabelle 16 wird dargestellt, wie sich die Zahl der Verträge für Produktionen mit mehr als 1 Mio. €, mehr als 500 T €, mehr als 250 T € und mehr als 150 T € bezogen auf NRW, das gesamte Bundesgebiet und das Ausland entwickelt haben.

112 Bayern 21,3%, Berlin 15,1%, Hamburg 15,5%, NRW 31,8%, sonstige Länder 15,8%, keine Angaben 0,5%.

TABELLE 16: Anzahl der Verträge mit Produzenten aus NRW, dem Bundesgebiet und dem Ausland mit einem Volumen über 1 Mio. Euro, über 500 T Euro, über 250 T Euro, über 150 T Euro in den Jahren 2004 bis 2007

über 1 Mio. €	2004	2005	2006	2007	2007/2004
NRW	16	16	13	13	-3
BRD	11	8	10	5	-6
Ausland	0	0	0	0	0
Summe	27	24	23	18	-9
über 500 T €	2004	2005	2006	2007	2007/2004
NRW	6	5	10	15	9
BRD	4	1	5	6	2
Ausland	0	1	0	0	0
Summe	10	7	15	21	11
über 250 T €	2004	2005	2006	2007	2007/2004
NRW	13	16	16	17	4
BRD	5	7	8	9	4
Ausland	0	1	1	2	2
Summe	18	24	25	28	10
über 150 T €	2004	2005	2006	2007	2007/2004
NRW	15	11	13	20	5
BRD	8	6	13	3	-5
Ausland	2	1	0	1	-1
Summe	25	18	26	24	-1

Quelle: Zentrale Aufgaben Fernsehen Statistiken Jahre 2004, 2005, 2006 und 2007

Insgesamt wurden jeweils mehr Aufträge an Auftragnehmer in NRW als im gesamten Bundesgebiet bzw. dem Ausland gegeben. Es zeigt sich folgendes Bild:

- von 92 Verträgen mit einem Volumen über 1 Mio. € gingen 58 an NRW-Produzenten, 34 an Produzenten im übrigen Bundesgebiet und keiner ins Ausland.
- von 53 Verträgen mit einem Volumen über 500 T € gingen 36 an NRW-Produzenten, 16 an Produzenten aus dem übrigen Bundesgebiet und einer ins Ausland.
- von den 95 Verträgen mit einem Volumen über 250 T € gingen 62 an NRW-Produzenten, 29 an Produzenten aus dem übrigen Bundesgebiet und 4 ins Ausland.
- von den 93 Verträgen mit einem Volumen über 150 T € gingen 59 an NRW-Produzenten, 30 an Produzenten aus dem übrigen Bundesgebiet und 4 ins Ausland.

D.h. sowohl bei Verträgen mit einem großen Produktionsvolumen als auch solchen mit einem mittleren bzw. kleineren ging die Mehrzahl der Aufträge an Produzenten aus NRW. Diese Auswertung untermauert noch einmal die große Bedeutung des WDR für die nordrhein-westfälische Kulturwirtschaft, speziell die Film- und Fernsehwirtschaft.

Wird der Anteil der NRW-Produzenten auf die jeweiligen Programmbereiche Politik/Zeitgeschehen, Kultur/Wissenschaft, Fernsehspiel/Unterhaltung¹¹³ und Landesprogramme aufgeschlüsselt, ergibt sich das in Tabelle 17 dargestellte Bild.

113 Wie bereits in Kapitel 3 ausgeführt, wurde der Programmbereich Fernsehspiel/Unterhaltung neu zugeschnitten. Da hier die Vergangenheit betrachtet wird, wird die alte Bezeichnung verwandt.

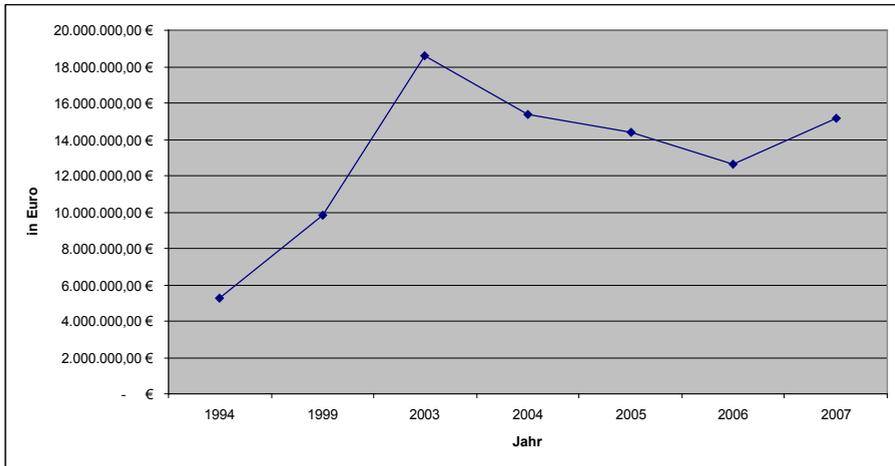
TABELLE 17: Anteile Aufträge an NRW-Produzenten in den Programmbereichen Politik/Zeitgeschehen, Kultur/Wissenschaft, Fernsehspiel/Unterhaltung, Landesprogramme in den Jahren 1994, 1999, 2004 und 2007

	1994	1999	1999/ 1994	2004	2004/ 1999	2007	2007/ 2004	2007/ 1994
Politik/Zeitgeschehen	51,4%	54,1%	2,7%	46,1%	-8%	92,2%	46,1%	40,8%
Kultur/Wissenschaft	67,2%	67,8%	0,6%	70,5%	2,7%	75,1%	4,6%	7,9%
Fernsehspiel/ Unterhaltung	26,7%	69,4%	42,7%	71,2%	1,8%	67,8%	-3,4%	41,1%
Landesprogramme	96%	100%	4%	98,1%	-1,9%	98,3%	0,2%	2,3%

Quelle: Zentrale Aufgaben Fernsehen Statistik der Jahre 1994, 1999, 2004 und 2007

Die Zulieferung zu den Landesprogrammen ist bereits seit 1994 fest in der Hand von NRW-Produzenten. Das liegt sicherlich auch darin begründet, dass für die Erstellung von Beiträgen und Sendungen der Landesprogramme die Kenntnis der nordrhein-westfälischen Besonderheiten von großem Vorteil ist. Im Bereich Kultur/Wissenschaft konnten NRW-Produzenten ihre gute Ausgangsposition ausbauen. Bemerkenswert sind die Steigerungen in den Programmbereichen Politik/Zeitgeschehen sowie Fernsehspiel/Unterhaltung. Hier ist im Vergleich der Jahre 2007 und 2004 der Anteil der Vergaben an NRW-Unternehmen um 40% gestiegen. Das ist ein bemerkenswerter Anstieg. Er weist darauf hin, dass die Fernsehwirtschaft in NRW konkurrenzfähig ist. Zugleich wird deutlich, dass der WDR ein bedeutender Auftraggeber für die Branche ist.

DIAGRAMM 60: Aufwendungen für Koproduktionen mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in den Jahren 1994, 1999, 2003, 2004, 2005, 2006 und 2007

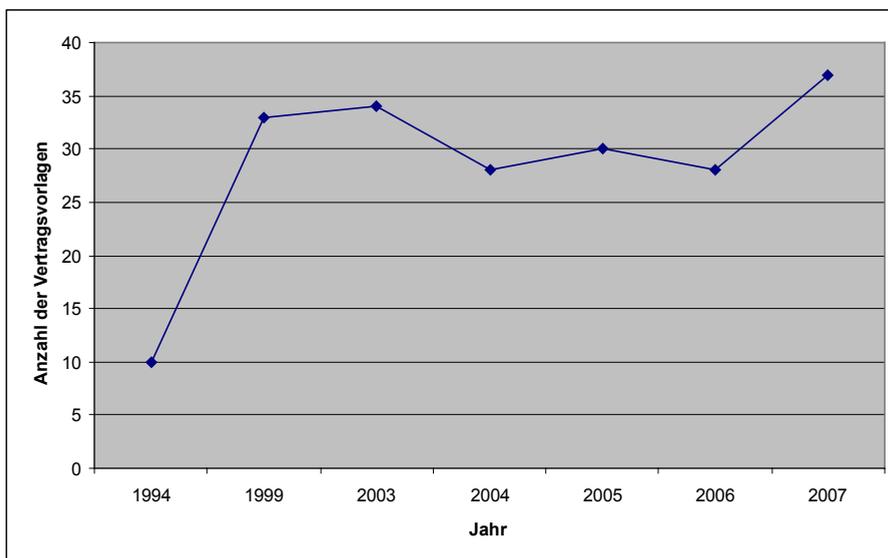


Quelle: Zentrale Aufgaben Fernsehen Statistik 2007

Koproduktionen mit anderen Fernsehsendern und Kino-Fernsehproduktionen

Die Aufwendungen für Koproduktionen mit anderen öffentlich-rechtlichen Sendern erfuhren vom Jahr 1994 bis zum Jahr 2003 eine deutliche Steigerung. Herausragende Koproduktionen mit anderen Sendern im Jahr 2003 waren beispielweise für das Kinderprogramm „Fabrixx“ und „Pitt & Kantropp“ sowie die Unterhaltungssendung „Verstehen Sie Spaß?“ für Das Erste. Von 2003 bis 2006 sind die Aufwendungen für Koproduktionen mit anderen Sendern gesunken, um seither wieder anzusteigen (siehe Diagramm 60). Dabei handelt es sich um fernsehtypische Schwankungen. Insgesamt haben sich seit 1994 die Aufwendungen für Koproduktionen mit anderen Sendern verdreifacht.

DIAGRAMM 61: Vertragsvorlagen für Kino-Fernsehproduktionen in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2005, 2006 und 2007



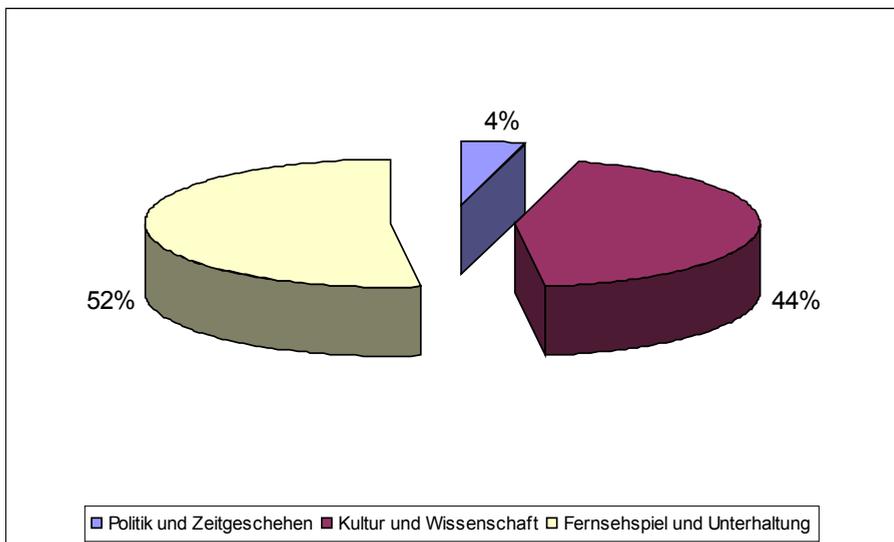
Quelle: Eigene Darstellung nach Zentrale Aufgaben Fernsehen Statistik der Jahre 1994, 1999, 2004, 2005, 2006 und 2007

Kino-Fernsehproduktionen

Zu Beginn des Kapitels Fernsehen wurde darauf hingewiesen, dass das Fernsehen ein wichtiger Kofinanzier von Kinofilmen ist. Obenstehendes Diagramm 61 zeigt die Zahl der Vertragsvorlagen für Kino-Fernsehkoproduktionen in den Jahren 1994, 1999, 2003, 2004, 2005, 2006 und 2007. Dem Diagramm ist zu entnehmen, dass insbesondere in den Jahren 1994 bis 1999 die Zahl der Vertragsvorlagen für Kino-Fernsehproduktionen stark angestiegen ist¹¹⁴. Die Zahl hat sich in diesem Zeitraum verdreifacht. Der starke Anstieg in diesen fünf Jahren ist auf ein sehr gutes Angebot an Fernsehstoffen zurückzuführen. Seither sind zwar Schwankungen in den Vertragsvorlagen festzustellen, insgesamt hat sich ein Wert um die 30 Vertragsvorlagen eingependelt.

114 Nicht nur die Anzahl der Kino-Fernsehproduktionen stieg stark an, auch das Vertragsvolumen. Es betrug im Jahr 1994 1.862.380,7 Euro, 1999 11.819.672,5 Euro, 2003 17.730.469,0 Euro, 2004 19.542.512,0 Euro, 2005 8.935.000,0 Euro, 2006 12.631.343,0 Euro und 2007 17.224.750,0 Euro.

DIAGRAMM 62: Anteile der Programmbereiche Politik und Zeitgeschehen, Kultur und Wissenschaft, Fernsehspiel und Unterhaltung an den Kino-Fernsehproduktionen in den Jahren 2004 bis 2007



Quelle: Eigene Darstellung nach Zentrale Aufgaben Fernsehen Statistik der Jahre 2004, 2005, 2006 und 2007

Die Mehrzahl der Kino-Fernsehproduktionen werden vom Programmbereich Fernsehfilm und Unterhaltung betreut. Von 2004 bis 2007 waren es insgesamt 64. Der Programmbereich Kultur und Wissenschaft war aber auch an 54 Kino-Fernsehproduktionen beteiligt. Er engagierte sich vor allem bei Kino-Dokumentarfilmen. Sein Engagement belegt, dass eine alleinige Betrachtung des Programmbereiches Fernsehfilm und Unterhaltung nicht ausreicht, um die kulturwirtschaftliche Bedeutung des WDR im Bereich Film zu beleuchten. Der Programmbereich Kultur und Wissenschaft leistet ebenfalls seinen Anteil zu Kino-Fernsehproduktionen.

Minutenpreise für Auftragsproduktionen und Lizenzen

Für Auftragnehmer aus der Film- und Fernsehbranche ist aber nicht nur die Zahl der Aufträge relevant, sondern nicht zuletzt deren Bezahlung. Sowohl Edgar Reitz als auch Michael Meert führten im Interview (siehe Anhang) aus, dass nach ihrer Wahrnehmung die Honorare für Drehbuchautoren und Regisseure die Kostenstei-

gerungen der letzten Jahre nicht auffangen. Und auch Pätzold und Röper machen darauf aufmerksam, dass stellenweise der Wettbewerb so intensiv ist, „dass jährlich einige Produzenten die Geschäftsgrundlage verlieren oder keine Wachstumsmöglichkeiten finden. Die mit wenigen Ausnahmen immer noch kleinteilig geprägte Branche muss sich bei einer insgesamt stabilen Nachfrage seitens der Fernsehsender über Preise und Leistungen profilieren. Der daraus entstehende Kostendruck der Produzenten verstärkt den brancheninternen Wettbewerb“ (Pätzold, Röper 2008, 125).

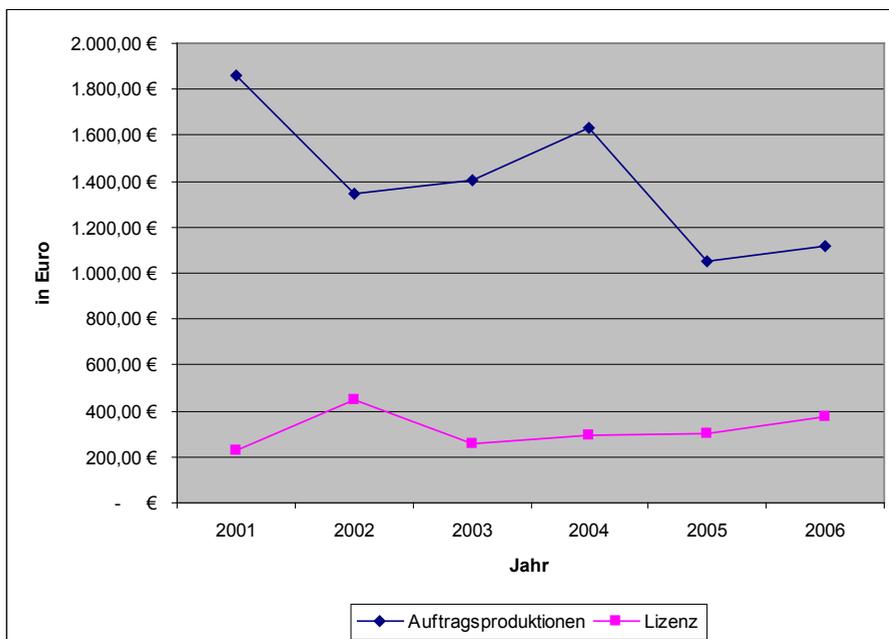
Werden die Durchschnittsminutenpreise im Zeitverlauf verglichen, so ist tatsächlich festzustellen, dass sie gesunken sind. Im Jahr 2006 ist der Durchschnittsminutenpreis für Auftrags- und Koproduktionen um 744 € geringer als im Jahr 2001. Die Auftragnehmer haben also reale Verluste, die durch die Preissteigerungen nochmals erhöht werden. Demgegenüber ist der Durchschnittsminutenpreis für Lizenzen um 149 € gestiegen.

Nun können sicherlich nicht alle Produktionen über einen Kamm geschoren werden. Es gibt sehr aufwändige Produktionen, bei denen sich der WDR erheblich engagiert und andere mit einem deutlich geringeren Aufwand, bei denen dementsprechend auch die Aufwendungen des WDR kleiner sind. Ebenso ist bei den Durchschnittsminutenpreisen zu berücksichtigen, dass der WDR zum Teil Kofinanzier von Fernsehfilmen ist und eine andere Rundfunkanstalt einen größeren Anteil der Aufwendungen übernimmt. Ebenfalls spielen zusätzliche Filmförderungsmittel eine Rolle. In seinem Bericht Zentrale Statistik Fernsehen gibt der WDR jeweils Auskunft über die gezahlten Minutenpreise, insofern scheint auch unter Berücksichtigung der oben genannten Einschränkungen bei der Betrachtung von Durchschnittsminutenpreisen, deren Entwicklung zumindest WDR-intern eine Rolle zu spielen.

Ein Faktor beim Verfall der Durchschnittsminutenpreise kann die steigende Zahl an Fernseh- und Filmproduktionsunternehmen sein. Allein in Köln stieg von 2000 auf 2005 die Zahl der Unternehmen in der Filmwirtschaft und TV-Produktion um 21,5%, die Umsätze der Unternehmen aber nur um 11,2%. Der Umsatz wird also auf mehr Unternehmen verteilt, das zeigt sich auch daran, dass der WDR im Jahr 2006 weniger pro Minute im Durchschnitt zahlen muss als im Jahr 2001. Der WDR hat wie andere Rundfunkunternehmen die Möglichkeit unter einer großen Zahl an Unternehmen, diejenigen auszuwählen, die am preisgünstigsten sind. Zugleich ist in diesem Zusammenhang darauf hinzuweisen, dass der WDR gehalten ist, Marktpreise zu zahlen, damit keine Wettbewerbsverzerrung entsteht.

Meert merkt zu dem stetig wachsenden Strom an Filmautoren im Interview an: „Zu meinem Glück arbeite ich größtenteils auf einem Gebiet, in dem ich wenig Konkurrenz habe. Die Redakteure und Produzenten wissen, dass ich etwas liefere, was kaum ein anderer liefern kann. Serien- bzw. Krimiautoren sind da in einer ganz anderen Situa-

DIAGRAMM 63: Entwicklung der Durchschnittsminutenpreise für Auftrags- und Koproduktionen sowie für Lizenzen in den Jahren 2001 bis 2006



Quelle: Eigene Darstellung nach WDR Zentrale Aufgaben Fernsehen Statistik 2004, WDR Zentrale Aufgaben Fernsehen Statistik 2004

tion. Ständig strömen junge Nachwuchsautoren nach. Es drängen jedes Jahr wesentlich mehr Absolventen der Filmhochschule auf den Markt als benötigt werden.“ (Meert im Anhang)

Eine Aussage, die vor dem Hintergrund der o.g. Entwicklungen einer dringenden kulturpolitischen Debatte bedarf. Birgt die Diskussion um die Bedeutung der Kulturwirtschaft nicht auch die Gefahr in sich, dass der Markt überhitzt wird und mehr junge Menschen in dem Segment ausgebildet werden, als tatsächlich ihr Unterkommen finden? Dieser Frage sollte kulturpolitisch nachgegangen werden.

In Diagramm 63 ist die Entwicklung der Durchschnittsminutenpreise für Auftrags- und Koproduktionen und Lizenzen nachgezeichnet. Dabei ist zu berücksich-

tigen, dass im Jahr 2001 und 2004 jeweils Drei-Jahres-Verträge für die Produktion der „Lindenstraße“ abgeschlossen wurden. Daraus erklären sich die Spitzen in diesen Jahren. Ohne diese Spitzen würde der Durchschnittsminutenpreis flacher absinken.

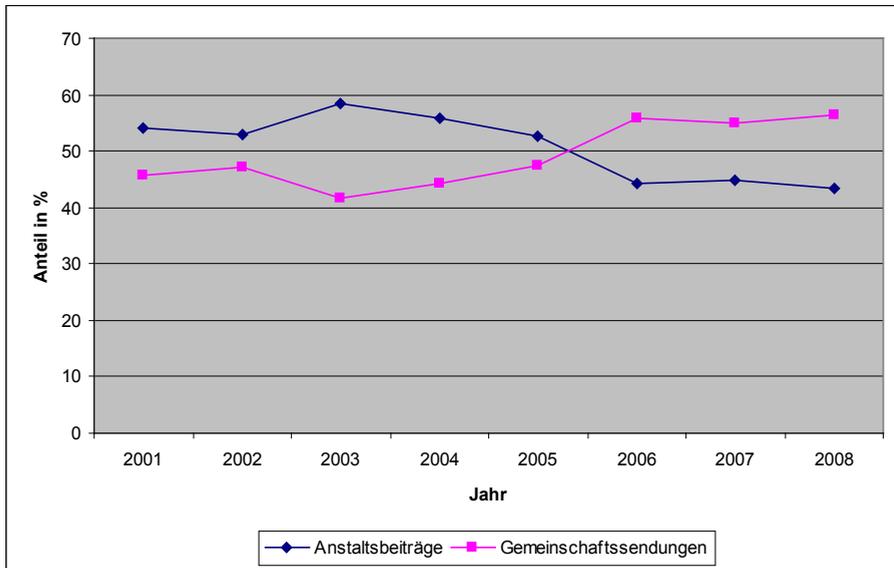
7.3 Der WDR – Ein starker Partner im ARD-Verbund

Wie bereits ausgeführt, sind die Landesrundfunkanstalten in der ARD verbunden. Über die ARD wird der Programmaustausch unter den ARD-Anstalten sowie die Veranstaltung gemeinsamer Programme abgewickelt. Der Programmbedarf Fernsehen ist in dem hier zur Diskussion stehenden Zeitraum von 1994 bis 2009 stark gestiegen. Dieses liegt unter anderem daran, dass der Programmschluss sukzessive abgeschafft wurde und inzwischen rund um die Uhr gesendet wird. Anders als beim Hörfunk, der stärker auf das Sendegebiet bezogen arbeitet und bei dem Sendungen, die in allen ARD-Radioprogrammen zeitgleich ausgestrahlt werden, die Ausnahme sind, gibt es in der ARD mit Das Erste ein gemeinsames Fernsehprogramm. Die Bedeutung von WDR-Produktionen bzw. WDR-Koproduktionen für Das Erste kann hier nur in Ausschnitten dargestellt werden.

Zulieferung zu Das Erste

Wird die Programmstehung (Übernahmen, Wiederholungen, Kauf-Filme, Auftragsproduktionen, Koproduktionen, Ko-Eigenproduktionen, Eigenproduktionen) von Das Erste betrachtet, so ist eine interessante Verschiebung zu beobachten. Wie Diagramm 65 zeigt, wurde bis zum Jahr 2005 der Programmbedarf für Das Erste vor allem aus Anstaltsbeiträgen gedeckt. Der Wert der Anstaltsbeiträge lag stets über 50% im Jahr 2003 sogar nahe 60%. Im Jahr 2006 liegt erstmals eine Umkehrung vor. Jetzt wird das Programm zu einem größeren Teil aus Gemeinschaftssendungen und zu einem kleineren Teil aus Anstaltsbeiträgen gedeckt. Diese Umkehrung ist auf eine geänderte Zuordnung der Produktionen, die nach dem Fernsehvertragsschlüssel finanziert werden, zurückzuführen. Auf Grund eines ARD-Beschlusses werden seit 2006 alle Produktionen, die nach dem Fernsehvertragsschlüssel finanziert werden, als Gemeinschaftssendungen ausgewiesen und die Minuten anteilig nach dem Fernsehvertrag zugewiesen. Allein für den WDR bedeutet diese statistische Umstellung, dass sich seine Anstaltsbeiträge von 47.101 Minuten in 2004 auf 36.964 Minuten in 2006 reduzieren. Die in Diagramm 65 dargestellte Veränderung ist nicht auf eine stärkere inhaltliche Zusammenarbeit, sondern auf eine veränderte Statistik zurückzuführen.

DIAGRAMM 64: Anteil der Anstaltsbeiträge und Anteil der Gemeinschaftssendungen in Das Erste in den Jahren 2001 bis 2008



Quelle: Eigene Darstellung nach ARD-Jahrbuch 2002, 2003, 2004/05, 2005, 2006, 2007, 2008 und 2009

Für den WDR bedeutet dies, dass er zwar Sendungen und Beiträge produziert, diese rechnerisch aber der ARD zugeordnet werden. Ähnlich verhält es sich mit der „Lindenstraße“. Hier werden die direkten Kosten zwar unter den ARD-Anstalten umgelegt, der WDR stellt aber zu 100% den Produktionsbetrieb bei.

Werden allein die Anstaltsbeiträge betrachtet, so ist festzuhalten, dass der WDR den größten Teil leistet. In der nachstehenden Tabelle 18 sind die Anteile des BR, des NDR, des SWR und des WDR zu den Anstaltsbeiträgen zu Das Erste in den Jahren 2001 bis 2008 aufgeführt. Im Jahr 2001 leistete noch der SWR den größten Anteil, seither ist es durchgängig der WDR, wenn auch mit sinkender Tendenz. Der insgesamt sinkende Anteil der Landesrundfunkanstalten an Das Erste ist vor dem Hintergrund der oben geschilderten veränderten Systematik seit 2006 zu sehen.

TABELLE 18: Anteile von BR, NDR, SWR und WDR an den Anstaltsbeiträgen zu Das Erste in den Jahren 2001 bis 2008

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
BR	6,80%	6,30%	7,10%	6,90%	6,80%	5,30%	5,30%	5,7%
NDR	8,40%	8,40%	8,50%	7,80%	8%	6,60%	7,20%	6,7%
SWR	11,80%	10,70%	9,50%	9,60%	9%	7,90%	8,20%	8,0%
WDR	11,30%	11%	14,20%	13,80%	13,50%	12,20%	11,70%	11,5%

Quelle: Eigene Darstellung nach ARD-Jahrbuch 2002, 2003, 2004/05, 2005, 2006, 2007, 2008 und 2009

Gemeinschaftsaufgaben der ARD-Degeto

Die Kritik an Das Erste entzündet sich sehr an der Degeto, der gemeinsamen Filmeinkaufsorganisation der ARD. Es soll daher mit Blick auf die Gemeinschaftsaufgaben der ARD an dieser Stelle nur die Degeto betrachtet werden, auch wenn der WDR zu weiteren Gemeinschaftsaufgaben seinen Beitrag leistet.

Degeto

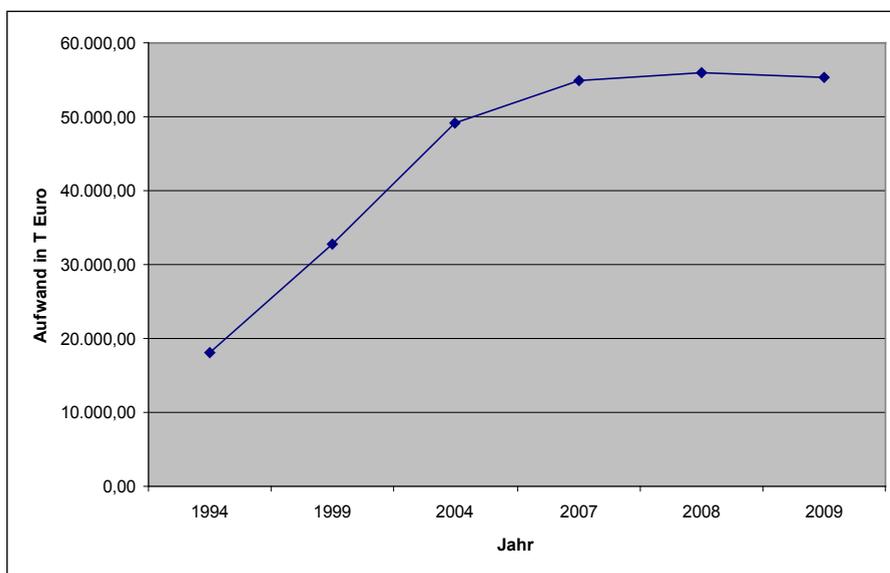
Die Degeto ist die gemeinsame Filmeinkaufsorganisation der ARD. Sie wurde im Jahr 1928 als Deutsche Gesellschaft für Ton und Film gegründet. Von 1954 bis 1959 war sie für die Filmbeschaffung des Hessischen Rundfunks zuständig. Seit 1959 beschafft sie die Filme für alle ARD-Anstalten. Die Degeto konzentriert sich vor allem auf die Beschaffung von Serien und Spielfilmen für die ARD-Anstalten. Ein besonderer Schwerpunkt sind Filme für Das Erste speziell im Vorabendprogramm, aber auch im Abendprogramm. Genauso beschafft die Degeto Filme für Ki.Ka, 3sat, arte und Phoenix.

Der Bundesverband Regie beklagte im Jahr 2006 die zunehmende „Degetoisierung“ des Programms. Er vertrat die Auffassung, dass die Degeto zu viele „Schmonzetten aus einem dramaturgischen Einheitsbrei“ anböte und damit zur Verflachung des Programms einen Beitrag leiste.

Damit wird aber nur ein kleiner Teil der Tätigkeit der Degeto in den Blick genommen. Denn neben Fernsehfilmen, die sich an ein breites Publikum richten und eher dem leichten Unterhaltungsfilm zuzurechnen sind, kauft und produziert die Degeto auch anspruchsvolle Filme.

Darüber hinaus kann an dieser Stelle erneut darauf hingewiesen werden, dass es unter kulturwirtschaftlichen Gesichtspunkten vollkommen unerheblich ist, ob ein Film unterhaltend, traurig, nachdenklich, ernst, bildend oder sonst was ist. Es geht viel mehr in erster Linie um die wirtschaftlichen Aspekte.

DIAGRAMM 65: Aufwendungen des WDR für die Degeto



Quelle: Eigene Darstellung anhand der Haushaltspläne 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009

Diagramm 65 gibt Auskunft, dass die Aufwendungen des WDR zur Degeto insbesondere in den Jahren 1994 bis 2004 spürbar angestiegen sind. Sie haben sich mehr als verdoppelt. Seit dem Jahr 2004 hat sich dieser Anstieg verlangsamt. Für die Jahre 2007 bis 2009 ist ein nahezu gleichbleibender Aufwand angesetzt.

TABELLE 19: Kinokoproduktionen des BR, des NDR, des SWR und des WDR mit Kinostart 2006 und 2007

	Kinostart 2006		Kinostart 2007	
	beteiligt mit anderen ARD-Anstalten	ohne andere ARD-Anstalten	beteiligt mit anderen ARD-Anstalten	ohne andere ARD-Anstalten
BR	13	6	21	15
NDR	6	5	8	7
SWR	7	2	9	2
WDR	16	5	15	7

Quelle: Eigene Darstellung nach ARD-Filmbuch

Beteiligung an Kinoproduktionen

In 2006 kamen laut ARD-Filmbuch 37 Filme in die Kinos, an denen der öffentlich-rechtliche Rundfunk beteiligt war, darunter so bekannte wie „Deutschland. Ein Sommermärchen“ von Sönke Wortmann, „Das Leben der Anderen“ von Florian Henckel von Donnersmarck oder auch „Wer früher stirbt ist länger tot“ von Marcus H. Rosenmüller. Für das Jahr 2007 wurden 56 ARD-Kinoproduktionen ausgewiesen, bei denen der Kinostart zum Redaktionsschluss des ARD-Filmbuchs (Januar 2007) bekannt war. Dazu gehörte der Dokumentarfilm „Brinkmanns Zorn“ von Wolfgang Bergmann, der Film „Der Baader-Meinhof-Komplex“ von Uli Edel oder auch „Strajk – Die Heldin von Danzig“ von Volker Schlöndorff. Die in der ARD zusammengeschlossenen Rundfunkanstalten haben sich also an deutlich mehr Kinoproduktionen beteiligt als noch im Jahr zuvor.

Tabelle 19 zeigt, dass der WDR sich relativ konstant an Kinoproduktionen beteiligt. Im Jahr 2006 kamen 16 Kinokoproduktionen in die Kinos, an denen er beteiligt war und im Jahr 2007 waren es 15. Davon war er an 5 bzw. 6 alleine ohne andere Anstalten beteiligt. Der BR hat seine Aktivitäten demgegenüber deutlich ausgeweitet. War er im Jahr 2006 an 13 Kinokoproduktionsstarts beteiligt, so waren es im Jahr 2007 21. Stark gestiegen ist auch die Zahl der Starts von Kinoproduktionen, an denen allein der BR beteiligt war. Edgar Reitz sagte im Interview, dass der BR dem WDR seinen Rang als Ansprechpartner für Filmproduktionen abgelaufen habe (siehe Anhang). Diese Wahrnehmung eines Filmemachers findet zumindest in den Daten des Jahres 2006 und 2007 eine Bestätigung. Sowohl der SWR als auch der NDR engagieren sich deutlich weniger bei Kinokoproduktionen als der BR und der WDR.

Auszeichnungen

Die Aufwendungen für Fernsehproduktionen und ihre kulturwirtschaftlichen Wirkungen sind das Eine, die Auszeichnung von Fernsehproduktionen ist das Andere. Aus der Vielzahl an Preisen und Auszeichnungen, die für Fernsehproduktionen vergeben werden, sollen im Folgenden zwei besonders bekannte herausgegriffen werden: der Deutsche Fernsehpreis und der Adolf-Grimme-Preis.

Adolf-Grimme-Preis

Die Vergabe des Adolf-Grimme-Preises wird bereits seit 1964 vom Adolf-Grimme-Institut in Marl organisiert. Mit dem Adolf-Grimme-Preis werden laut Statut Produktionen und Fernsehleistungen ausgezeichnet, die „die spezifischen Möglichkeiten des Mediums Fernsehen auf hervorragende Weise nutzen und nach Inhalt und Methode Vorbild für die Fernsehpraxis sein können.“

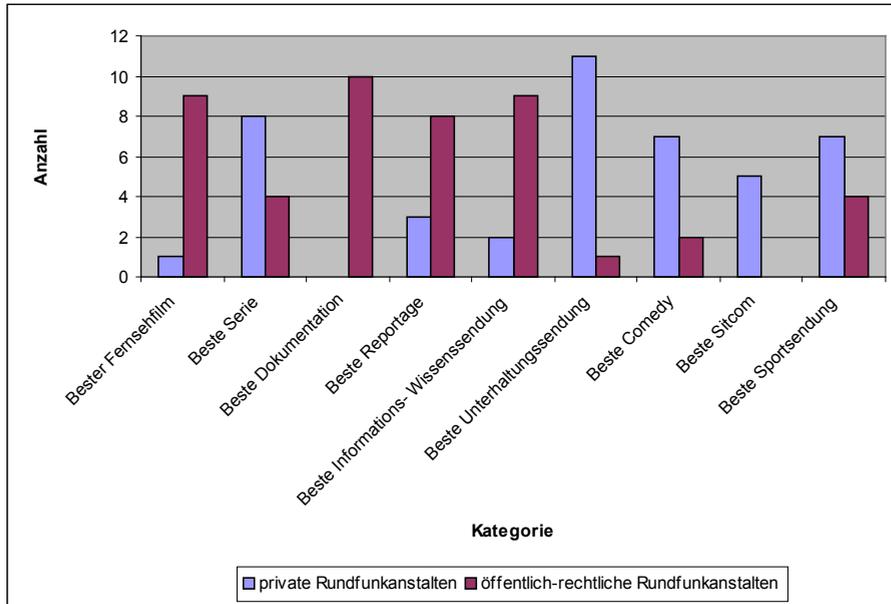
Deutscher Fernsehpreis

Der Deutsche Fernsehpreis wird seit 1999 gemeinsam von ARD, RTL, SAT 1 und ZDF vergeben. Die vorherigen Fernsehpreise „Der Goldene Löwe“ (RTL) und der „Telesat“ (ARD, ZDF) sind darin aufgegangen. Der Deutsche Fernsehpreis wird jährlich vergeben. Die Auswahl trifft eine Jury. Die Veranstaltung zur Vergabe der Auszeichnung wird jedes Jahr von einem anderen der vier Träger ausgerichtet.

Beim Deutschen Fernsehpreis sollen aus der Vielzahl an Kategorien nur die nachfolgenden betrachtet werden:

- ♦ Bester Fernsehfilm
- ♦ Beste Serie
- ♦ Beste Dokumentation
- ♦ Beste Reportage
- ♦ Beste Informations-/Wissenssendung
- ♦ Beste Unterhaltungssendung
- ♦ Beste Comedy
- ♦ Beste Sitcom
- ♦ Beste Sportsendung

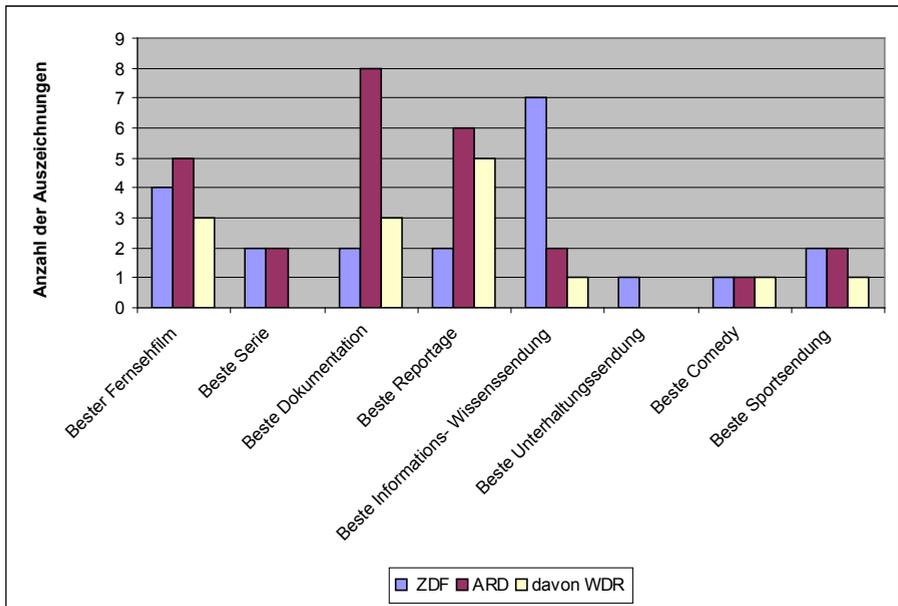
DIAGRAMM 66: Vergleich der Auszeichnungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und der privat-kommerziellen Rundfunkunternehmen mit dem Deutschen Fernsehpreis 1999 bis 2009



Quelle: Eigene Auswertung nach www.deutscher-fernsehpreis.de

In Diagramm 66 ist zunächst dargestellt, in welchen Kategorien in den Jahren 1999 bis 2009 die öffentlich-rechtlichen bzw. die privaten Rundfunkanstalten die Mehrzahl an Auszeichnungen erhielten. Es ist zu ersehen, dass die Preise für unterhaltende Sendungen zum überwiegenden Teil an die privaten Rundfunkanstalten gingen und die öffentlich-rechtlichen Sender für beste Fernsehfilme, beste Dokumentationen, beste Reportagen und beste Informations-/Wissenssendungen ausgezeichnet wurden. Wird noch einmal erinnert, welche Anstalten für Unterhaltungssendungen besonders große Marktanteile erreichen konnten, erstaunt dieses eindeutige Bild. Die Zuschauer scheinen die Unterhaltungssendungen der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten wie „Wetten dass...?“ oder „Krone der Volksmusik“ mehr zu goutieren als die Jury des Deutschen Fernsehpreises. Die im Jahr 2008 mit dem Deutschen Fernsehpreis als beste Unterhaltungssendung ausgezeichnete Show „Deutschland sucht den Superstar“ gehörte mit Blick auf den Marktanteil

DIAGRAMM 67: Auszeichnung des ZDF, der ARD und davon des WDR mit dem Deutschen Fernsehpreis 1999 bis 2009

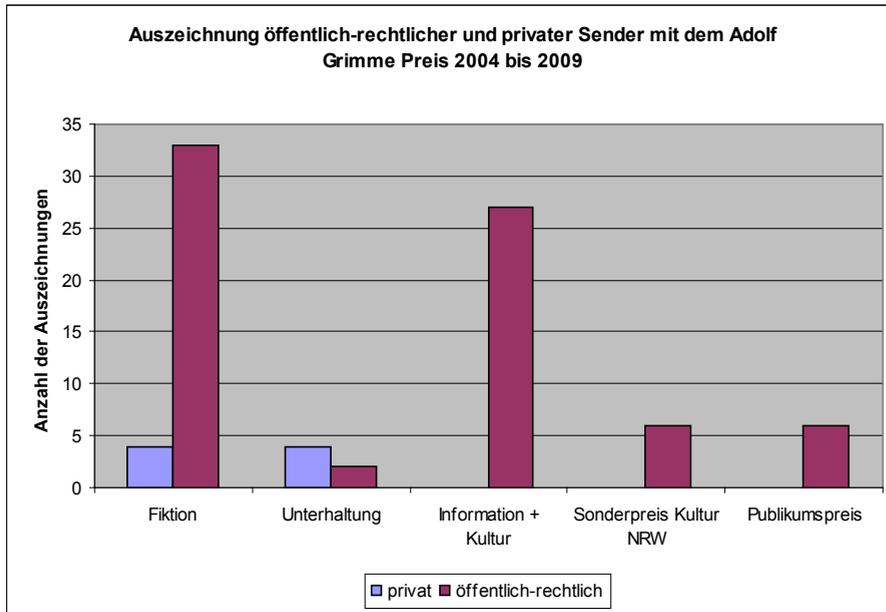


Quelle: Eigene Auswertung nach www.deutscher-fernsehpreis.de

zwischen 2003 bis 2008 nie zu den Top Ten der Unterhaltungssendungen, findet in ihrer Hauptzielgruppe, den 14- bis 49-Jährigen, aber großen Zuspruch.

In Diagramm 67 wird differenzierter dargestellt, wie viele der Auszeichnungen an das ZDF und wie viele an die ARD gingen. Für die ARD-Produktionen wird ausgewiesen, mit wie vielen der WDR ausgezeichnet wurde. Werden nur die öffentlich-rechtlichen Sender betrachtet, so hat das ZDF besonders viele Auszeichnungen des Deutschen Fernsehpreises für Informations- und Wissenssendungen erhalten. Demgegenüber wurde das ZDF nur selten für Dokumentarfilme oder auch Reportagen ausgezeichnet. Hinsichtlich Serien liegen ARD und ZDF gleich auf und auch bei den Fernsehfilmen ist der Unterschied marginal. Die große Stärke des WDR sind zumindest laut den Jury-Urteilen beim Deutschen Fernsehpreis seine Reportagen. Werden Reportagen der ARD ausgezeichnet, dann sind diese zumeist vom WDR produziert. Der WDR erhielt sowohl in der Kategorie Reportage als auch in der Kategorie Dokumentation mehr Auszeichnungen als das ZDF.

DIAGRAMM 68: Auszeichnung privater Rundfunkunternehmen und öffentlich-rechtlicher Rundfunksender mit dem Adolf-Grimme-Preis 2004 bis 2009

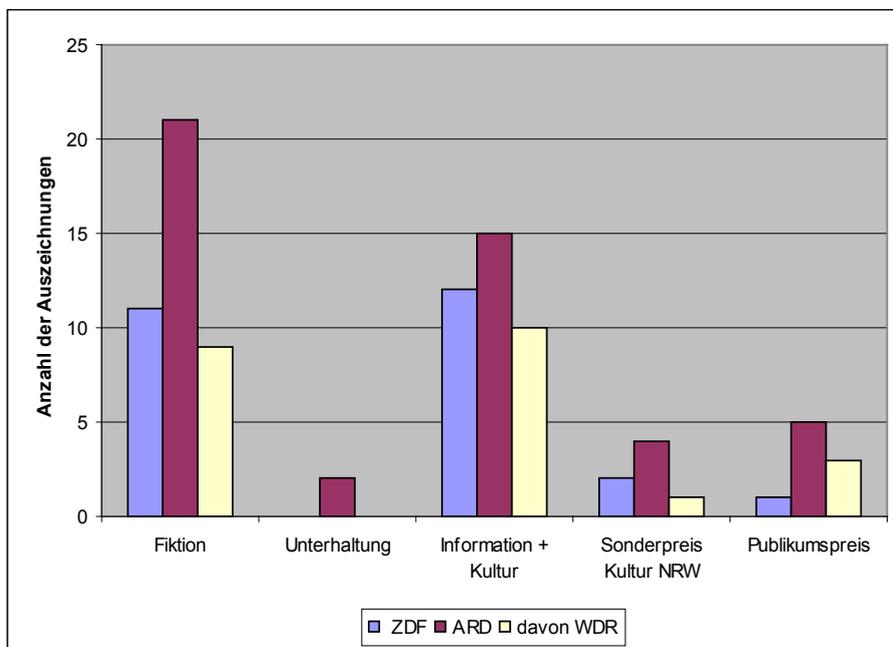


Quelle: Eigene Auswertung anhand www.grimme-institut.de

Von den sechs ARD-Reportagen, die mit dem Deutschen Fernsehpreis ausgezeichnet wurden, stammen fünf vom WDR. Auch bei den Dokumentationen kann der WDR mit einer nennenswerten Anzahl an Auszeichnungen mit einem Deutschen Fernsehpreis aufwarten. Von den fünf Auszeichnungen für den besten Fernsehfilm, die die ARD erhielt, sind drei WDR-Produktionen, dieses unterstreicht die Qualität der produzierten Fernsehfilme.

Kann das private Fernsehen als Mitauslober des Deutschen Fernsehpreises bei der Vergabe von Auszeichnungen zumindest in einigen Genres „punkten“, so ist es beim Adolf-Grimme-Preis abgeblasen. Diagramm 68 veranschaulicht, dass in den Jahren 2004 bis 2009 nur in den Kategorien Fiktion und Unterhaltung Adolf-Grimme-Preise an private Fernsehanstalten gingen. Sie wurden weder in der Kategorie Information und Unterhaltung noch mit dem Sonderpreis Kultur des Landes NRW noch mit dem Publikumspreis bedacht.

DIAGRAMM 69: Auszeichnung des ZDF, der ARD und davon des WDR mit dem Adolf-Grimme-Preis 2004 bis 2009



Quelle: Eigene Auswertung anhand www.grimme-institut.de

Wird auch beim Adolf-Grimme-Preis zusätzlich differenziert, wie oft das ZDF und die ARD und innerhalb der ARD der WDR in den Jahren 2004 bis 2009 ausgezeichnet wurden, ergibt sich das in Diagramm 69 dargestellte Bild. Die ARD liegt in allen Kategorien mit der Zahl der Auszeichnungen vor dem ZDF. Der WDR kann in der Kategorie Information und Unterhaltung punkten, hat aber auch eine nennenswerte Zahl an Auszeichnungen für fiktionale Formate erhalten. Beim Publikumspreis erhielt der WDR sogar mehr Auszeichnungen als das ZDF.

Insgesamt zeigt die exemplarische Auswertung der Vergabe des Deutschen Fernsehpreises und des Adolf-Grimme-Preises, dass WDR-Produktionen preiswürdig sind und als qualitativ hochwertige Sendungen bzw. Beiträge in ihrem jeweiligen Genre bewertet werden.

Der WDR in NRW

8 DER WDR IN NRW

Im Mittelpunkt der bisherigen Darstellung standen neben den programmlichen die kulturwirtschaftlichen Wirkungen des WDR als wichtigem Arbeitgeber in Köln, als Auftraggeber und als Multiplikator für Künstler und Publizisten. Der WDR ist aber mehr: Er ist zugleich ein wichtiger Kulturveranstalter in NRW, er unterstützt Kulturveranstaltungen von Dritten und vergibt Preise und Auszeichnungen. Sie sind nicht nur in finanzieller Hinsicht für die Preisträger von Bedeutung, sondern tragen zu deren Bekanntheit bei und können auch dadurch kulturwirtschaftliche Wirkungen entfalten. Mit seinen medienpädagogischen Aktivitäten leistet der WDR einen wichtigen Beitrag zur Vermittlung von Medienkompetenz, seine Lehrstellenaktion verhilft Jahr für Jahr vielen jungen Menschen zu einem Ausbildungsplatz.

Mit diesen Aktivitäten leistet der WDR einen wesentlichen Beitrag zu dem „Humus“, der erforderlich ist, damit kulturwirtschaftliche Unternehmen gegründet werden und prosperieren können. Die Kulturwirtschaft steht in enger Wechselwirkung zum gesamten kulturellen Leben. Die angewandte Kunst wie z.B. das Design „lernt“ von der freien bildenden Kunst. Künstler brauchen eine anregende Umgebung, sie brauchen die Inspiration, den Austausch mit anderen Künstlern. Ein lebendiges kulturelles Leben ist daher für die Kulturwirtschaft unersetzlich. Mit seinen Veranstaltungen, Konzerten, Preisen, Wettbewerben und der Förderung von Medienkompetenz bereichert der WDR das kulturelle Leben in NRW und schafft damit den Nährboden zum Entstehen künstlerischer Produktionen, die er wiederum in seinem Programm verwertet.

Dieses gemeinwohlorientierte Engagement ist das wesentliche Unterscheidungsmerkmal einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt wie dem WDR gegenüber einem privatwirtschaftlichen Rundfunkunternehmen oder einer Zeitung. Der WDR muss sich nicht ökonomisch am Markt bewähren. Seine Finanzierung aus Rundfunkgebühren bedeutet für ihn im Umkehrschluss eine besondere gesellschaftliche und kulturelle Verantwortung.

8.1 Veranstaltungen des WDR – Beteiligung des WDR an Veranstaltungen

8.1.1 Veranstaltungstypen

Der WDR hat nach eigenen Aussagen seit den 1990er Jahren eine Eventkultur geschaffen, die zum gesellschaftlichen Leben in Nordrhein-Westfalen gehört und für vielfältige Erlebnisse sorgt. Für den WDR sind Events ein wichtiges Instrument der Publikumsbindung, aber auch der kulturellen Präsenz im Land.

Im Jahr 2004 hat die Hauptabteilung Kommunikation, Forschung, Service des WDR einen Statusbericht zu Art und Umfang der von ihr selbst durchgeführten Veranstaltungen des WDR (im Folgenden: Eventbericht) vorgelegt. Über diese Veranstaltungen hinaus führen die einzelnen Programmbereiche eigene Veranstaltungen durch. Grundlage des Eventberichtes war eine gezielte Auswertung der Eventliste der Öffentlichkeitsarbeit des WDR, die durch weitere Informationen und Daten aus den Redaktionen ergänzt wurde. Für das Jahr 2001 wurden 1.726 Veranstaltungen ermittelt. Ausweislich des Eventberichts lassen sich die erhobenen Größenverhältnisse auch auf die Jahre 2002 und 2003 übertragen.

Für diese Studie wurden eigens die Events des Jahres 2008 zusammengestellt, so dass sich Entwicklungen erkennen lassen. Im Eventbericht werden 13 Eventtypen unterschieden, die auch für 2008 angegeben wurden. In der nachfolgenden Tabelle sind die Daten zusammengestellt.

Der Tabelle ist zu entnehmen, dass durchaus Verschiebungen bei den Eventtypen stattgefunden haben. Konzerte haben geringfügig an Bedeutung gewonnen, sie machen sowohl im Eventbericht 2004 als auch in der Datenzusammenstellung im Jahr 2008 den Eventtyp mit dem größten Anteil aus. Deutlich zugenommen haben die Sendungen mit Blick. Ihr Anteil steigerte sich von 18% auf 31,51%. An Bedeutung verloren haben die Eventtypen „Kultur vor Ort“, Messen und Comedy/Kabarett. Wichtiger sind Festivals geworden. Sie erfuhren eine Steigerung von 3% der Veranstaltungen auf 7,52%. Und ebenfalls an Bedeutung gewonnen haben Tagungen und Festakte. Sie machten im Eventbericht 2004 2% und liegen jetzt bei 8,59%. – Im Folgenden sollen einige ausgewählte Eventtypen näher betrachtet werden.

Konzerte

Konzerte bilden den größten Teil der Eventkultur des WDR. Sie reichen von der elektronischen Avantgarde-Musik über die Klassik bis zu Rockkonzerten. Die Veranstaltungsdauer der Konzerte liegt zwischen 2 und 4 Stunden. Die Konzerte sind in der Regel kostenpflichtig.

TABELLE 20: Vergleich der Veranstaltungen des WDR
im Jahr 2001 und 2008 aufgeschlüsselt nach Eventtypen

Veranstaltung	Eventbericht 2001	Datenzusammenstellung 2008
Konzerte	28%	30,02%
Sendungen mit Publikum	18%	31,51%
Kultur vor Ort	14%	6,03%
Messen	11%	2,27%
Kinder	8%	8,23%
Comedy, Kabarett	5%	1,42%
Parties	4%	2,63%
Sport	4%	1,21%
Festivals	3%	7,52%
Karneval	3%	0,57%
WDR-Feste	1%	k.A.
Tagungen, Festakte	2%	8,59%

Eigene Darstellung

Rockpalast

Die Sendung „Rockpalast“ wird seit 1976 vom WDR produziert. Auf den „Rockpalast-Festivals“, die aufgezeichnet werden, traten und treten seither renommierte Künstler und Bands, wie Eric Burdon, Kings of Leon, Tom Petty oder City auf. Zusätzlich zur Ausstrahlung der Rocknächte im Fernsehen bestand seit jeher die Möglichkeit, die Musik über den WDR-Hörfunk und andere ARD-Rundfunksender zu hören. Trimedialität ist natürlich heute das Stichwort. So sind Rockpalastsendungen seit einigen Jahren auch kostenlos und zeitunabhängig als Stream im Netz anschaubar. Zudem werden sie auf Einsfestival gezeigt.

Das Team des WDR-Rockpalastes war eines der ersten, das die Chancen des Internets erkannten. Bereits kurz nach dem Beginn der Online-Aktivitäten des WDR im Jahr 1995 ging das Internet-Projekt der erfolgreichsten Rocksending im deutschen Fernsehen online. Pünktlich zum „10. Bizarre-Festival“ 1996, das zu einem der größten Festivals zählte, die von „Rockpalast“ (mit)getragen wurden, konnten im Internet Hintergrundinformationen zu den auftretenden Bands abgerufen werden.

Das Format „Rockpalast“ ist nicht nur sehr erfolgreich, sondern auch äußerst beliebt, was sich anhand der Einträge auf den Fanseiten des Internetauftritts ebenso belegen lässt wie durch seine nun über 30-jährige Sendedauer. Während im Jahr 1994 die angegebenen Sendetermine auf die Nacht von Samstag auf Sonntag ab ca. 1.20 Uhr bis 6.20 Uhr festgelegt waren, hatte sich dieses Schema im Untersuchungsjahr 1999 bereits verändert. Die Sendeplätze wie die Sendedauer unterscheiden sich seitdem erheblich. Gesendet wurde im WDR-Fernsehen jeden Samstag und zweimal im Monat am Dienstag. Ausgestrahlt wurden dabei natürlich nicht nur Live-Konzerte, sondern auch Archivmaterial. Generell wird „Rockpalast“ sehr spät – ab 23.00 Uhr und später – gezeigt. Der Umfang variiert im Nachtprogramm stark. Zusätzlich strahlte 35at Rockpalast-Folgen aus.

Die Anzahl der bei „Rockpalast“ aufgetretenen Bands zwischen 1974 und 2007 beläuft sich auf 999. Darunter befinden sich sowohl etablierte und populäre Bands und Künstler wie Nina Hagen Band, City, The Police oder Heinz Rudolf Kunze, Gruppen mit starkem Lokalkolorit wie BAP oder aufstrebende Nachwuchskünstler wie es die „Beginner“ zum damaligen Zeitpunkt waren.

Durch die zahlreichen Konzert- und Festivalbeteiligungen des Rockpalastes wird den Rockliebhabern in ganz NRW jährlich eine große Bandbreite an Musikevents geboten. Allein im Jahr 2007 präsentierte der „Rockpalast“ 141 Künstler, die unter anderem bei „Rock am Ring“, der „Classic Rocknacht“, dem „Crossroads Festival“ oder beim „Intro Intim Festival“ auftraten. Viele dieser Auftritte wurden für die Nachwelt festgehalten; sind also als DVD erhältlich. Bisher erschienen fünf Staffeln (Rory Gallagher, Roger Chapman, Southside Johnny, Thin Lizzy, Huey Lewis; Joan Armatrading, UB40, Mitch Ryder, Mother's Finest; Golden Earring, Graham Parker, Level 42, Little Steven, Nils Lofgren, Bruce Hornsby, Jack Bruce, Rick James, Big Country). Neben diesen DVD-Staffeln, die die Rockpalast Klassiker zum Thema haben, wurden seit 2008 zahlreiche weitere DVDs über legendäre Auftritte anderer Rockstars produziert, darunter ein BAP-Spezial.

Sendungen mit Publikum

Zu den Klassikern der Sendungen mit Publikum zählen die Sendung „Hallo Ü-Wagen“ und die Funkhausgespräche. Die große Resonanz, die diese Veranstaltungen bereits seit Jahrzehnten erfahren, zeigt, dass der WDR hier den Nerv der Hörer und der Menschen in NRW trifft. Weitere Sendungen mit Publikum sind beispielsweise im WDR Fernsehen „Zimmer frei“, hierauf wurde bereits eingegangen, oder auch die „Funkhausgespräche“ in WDR 5. Im Jahr 2001 fanden 316 Sendungen mit Publikum statt.

Funkhausgespräche

Die „Funkhausgespräche“ finden donnerstags von 20.05 bis 21.00 Uhr im Funkhaus am Wallrafplatz statt. Sie werden live auf WDR 5 übertragen und werden in der Nacht auf Samstag um 3.03 Uhr, sonntags um 23.05 Uhr und in der Nacht auf Mittwoch um 3.03 Uhr wiederholt. Das Themenspektrum der Funkhausgespräche ist weit gestreut. Es werden gesellschafts- wie auch kulturpolitische Fragen diskutiert. Das Motto der Funkhausgespräche lautet „Demokratie braucht Diskussion“. Diesem Motto wird durch Sendungen wie „Zerschlag die Banken, wenn sie zu mächtig werden“ am 05.11.2009 oder „Von Affen und Menschen. Über den kleinen Unterschied zwischen Mensch und Tier“ am 12.11.2009 Rechnung getragen.

Kultur vor Ort

In dieser Kategorie sind vor allem jene Veranstaltungen zusammengefasst, die der WDR als Partner unterstützt. Dabei kommt den Kulturveranstaltungen unterschiedlicher Genres eine besondere Bedeutung zu. Durch die Kulturpartnerschaften von WDR 3, auf die noch eingegangen wird, hat diese Veranstaltungsform an Bedeutung gewonnen. Da WDR 3 jedoch nicht selbst Veranstalter ist, sondern die Veranstaltungen präsentiert, sind diese Projekte im Jahr 2008 nicht erfasst. Ermittelt konnten für das Jahr 2008 die Beteiligung des WDR 3 an 300 Veranstaltungen als Kulturpartner.

Messen

Der WDR ist bei verschiedenen Messen als Aussteller präsent. Für den Kulturbereich relevant ist vor allem seine Präsenz bei der Art Cologne in Köln oder auch der Leipziger Buchmesse. Die Präsenz des WDR auf Messen zielt vor allem dar-

auf, das Publikum über die Arbeit des WDR zu informieren und möglichst vielen Menschen einen Querschnitt der Sendungen zu präsentieren. Auf der Leipziger Buchmesse werden darüber hinaus Sendungen produziert.

Veranstaltungen für Kinder

Herausragende Veranstaltungen für Kinder sind der Weltkindertag in Köln, die der WDR gemeinsam mit der Stadt Köln und UNICEF ausrichtet und die vielfältigen Maus-Veranstaltungen. Besonders beliebt sind die Radioangebote aus der Bärenbude, das „Bärentheater mit Johannes und Stachel“, die Show „Die Unsinkbaren Drei“ sowie die Wissenschaftsshow „Heckers Hexenküche“ aus der Sendung „Lilipuz“.

Weitere Veranstaltungen

Bei den weiteren Veranstaltungen sind zuerst Comedy-/Kabarettveranstaltungen zu nennen, die 5% aller Veranstaltungen ausmachen. Auf den Stellenwert von Kabarett und Comedy im WDR Radio und WDR Fernsehen wurde bereits in den vorherigen Kapiteln eingegangen. Wie bei Messen ist der WDR auch bei Sportveranstaltungen im Sendegebiet wie den Tennis-Masters in Düsseldorf oder den Wandertagen in Ostwestfalen-Lippe vertreten. Im Jahr 2001 war der WDR an 66 Veranstaltungstagen präsent, auf das WDR Fernsehen entfielen davon 60.

Der Karneval spielt vor allem im Rheinland eine wichtige Rolle. Der WDR präsentiert z.B. den in Das Erste übertragenen „Rosenmontagszug“. Eine wichtige Rolle im WDR Fernsehen spielt die Übertragung der „Stunksitzung“ aus Köln, die im Schnittfeld von Kabarett, Comedy und Karneval anzusiedeln ist.

Mit der Übertragung der Kölner „Stunksitzung“ oder auch von „Pink Punk Pantheon“ einem „alternativen“ Karnevalsprogramm aus dem Bonner Pantheon leistet der WDR einen wesentlichen Beitrag zur bundesweiten Bekanntheit des regional geprägten Kabarett. Jürgen Becker, langjähriges Mitglied der Kölner Stunksitzung, hätte wohl heute nicht so eine bundesweite Bedeutung, hätte der WDR nicht auch diese Talente des Kabarett gefördert. Mit der Übertragung des Rosenmontagszugs und zahlreicher Sitzungen des traditionellen Karnevals und Sendungen wie „Stunksitzung“ oder „Pink Punk Pantheon“ beweist der WDR überdies die Vielfältigkeit des karnevalistischen Brauchtums.

Ausgewählte Veranstaltungen der letzten Jahre

Der Eventbericht 2004 vermittelt einen Eindruck von der Vielzahl und der Unterschiedlichkeit der Veranstaltungen des WDR. Im Jahr 2008 war der WDR an 1.409 Veranstaltungen beteiligt. Diese weisen eine große Vielfalt an Inhalten und Formen auf. Beispiele für Veranstaltungen der letzten Jahre, an denen der WDR beteiligt war, die er begleitet bzw. veranstaltet hat, sind:

- Evangelischer Kirchentag 2007 in Köln. Neben der Übertragung diverser Veranstaltungen hat er u.a. Filme vorgeführt („Die lange Nacht des Judentums“), eigene Veranstaltungen und Konzerte organisiert oder Diskussionsrunden durchgeführt.
- Vision Mahler – Festkonzert „50 Jahre WDR“ im Jahr 2006. Zu seinem 50-jährigen Bestehen wurde die Auferstehungssinfonie von Gustav Mahler gespielt und zugleich eine 3D-Installation des Medienkünstlers Johannes Deutsch gezeigt.
- Jährlich beteiligt sich der WDR am Tag des offenen Denkmals. Allein im Jahr 2009 haben 1.000 Besucher die Gelegenheit wahrgenommen, verschiedene Räume des Funkhauses Wallrafplatz zu besichtigen.
- Mittendrin – Ein Tag mit den WDR-Klangkörpern. Am 03.09.2009 haben die WDR-Klangkörper einen Tag der offenen Tür veranstaltet. Die Besucher konnten einen Blick hinter die Kulissen der Orchester und des Chores werfen, mit den Musikern ins Gespräch kommen oder an Workshops teilnehmen. Darüber hinaus wurden kurze Konzerteinheiten geboten.
- Tierparkfeste. Im September 2009 präsentierte der WDR zwei Tierparkfeste, am 06.09.09 im Tierpark Olderdissen in Bielefeld und am 13.09.09 im Safari- und Hollywoodpark Stukenbrock. Für Familien und Kinder hat der WDR u.a. den WDR 5 Familientag im Gasometer in Oberhausen veranstaltet, ein Taschenlampenkonzert und den Kinderhörspieltag im Rahmen der „Hörwelten.“

All diese Veranstaltungen vermitteln einen Eindruck von der Vielfältigkeit der eigenen und der unterstützten Veranstaltungen und zeigen, dass der WDR mit seinen Veranstaltungen in den verschiedenen Regionen in NRW präsent ist.

8.1.2 Aufwendungen für Veranstaltungen des WDR Hörfunk

Der WDR steht für kontinuierliche Kulturförderung, die er sich einiges kosten lässt. Hier soll beispielhaft das Engagement des WDR-Radios betrachtet werden. – Das WDR Fernsehen beteiligt sich ebenfalls an Veranstaltung bzw. führt eigene Veranstaltung durch. In dieser Studie sollen aber ausschnittshaft lediglich die Ver-

anstaltungen des WDR Hörfunks beschrieben werden. – Die Radioprogramme des WDR, einschließlich WDR Funkhaus Europa, gaben 2007 insgesamt rd. 6,9 Mio. € für überwiegend kulturelle Veranstaltungen aus. Als Grundlage dieser und aller nachfolgenden Berechnungen wurden die Kostenrechnungsbücher des WDR genutzt. In den Jahren 1999, 2004 und 2007 war der WDR an insgesamt 508, 474 und 482 Veranstaltungen beteiligt, die in unterschiedlicher Art und Weise von den Radioprogrammen des WDR unterstützt wurden und die ganz oder in Ausschnitten übertragen wurden. Zwar nahmen die Veranstaltungsaktivitäten insgesamt gesehen leicht ab, die dazu aufzuwendenden Kosten stiegen aber kontinuierlich von 2,8 Mio. € über 6,1 Mio. T € auf 6,9 Mio. €.

Das veranstaltungsfreudigste WDR-Radioprogramm über all die Jahre war mit großem Abstand WDR 3. WDR Funkhaus Europa steigerte seine Mitwirkung an Veranstaltungen zwar kontinuierlich, war aber im Vergleich zu WDR 3 im Jahr 2007 an 65 Veranstaltungen beteiligt, während die Anzahl von WDR 3 bei 307 Veranstaltungen lag.

Das jeweilige Veranstaltungsformat ist abhängig vom Radioprogramm. Wer eine Veranstaltung von 1LIVE besucht, erfreut sich an einem Konzert, geht auf eine Party oder lacht über einen Comedian. 1LIVE veranstaltet besonders häufig Konzerte mit „angesagten“ Musikbands und/oder Einzelkünstlern. Das junge Programm richtete unter anderem Radiokonzerte mit bekannten Gruppen wie den „Beatsteaks“, „Mika“ oder den „Kaiser Chiefs“ aus. Diese Konzerte, die immer relativ schnell ausverkauft sind und waren, wurden live im Radio sowie in voller Länge als Live-Video-Stream im Netz übertragen. Zugeschnitten auf das Zielpublikum veranstaltet 1LIVE Chartpartys, Newcomerfestivals, Musikpreisverleihungen und Ähnliches. Sportveranstaltungen, die von der Kanu-WM, über Biathlon bis hin zu „König Fußball“ reichen, stehen bei den Machern von WDR 2 ganz oben auf der Event-Liste. WDR 3 folgt seiner Aufgabe als Kulturradio und liefert den Hörern eine breite Palette an Musik-, Literatur-, Hörspiel- und anderen Angeboten aus den Bereichen Kultur, Information und Bildung; es dominierten allerdings auch hier klar die Konzerte. Bei den Musikveranstaltungen von WDR 4 kommen vor allem die Schlagerfreunde auf ihre Kosten und WDR 5 glänzt u.a. mit Hörspielangeboten, Literaturveranstaltungen oder Unterhaltung für Kinder.

Werden die Jahre 1999, 2004 und 2007 als Vergleich herangezogen, so fällt auf, dass die Programme 1LIVE und WDR 2 ihre Ausgaben zurückschraubten, während bei WDR 3, WDR 4, WDR 5 und WDR Funkhaus Europa Mehrausgaben zu konstatieren sind. Bei 1LIVE waren die Ausgaben in den Jahren 2004 und 2007 vergleichsweise konstant. In 2007 konnte eine leichte Steigerung der Ausgaben vermerkt werden. Die beträchtlich höheren Veranstaltungskosten im Jahr 1999 sind durch die „Silvesterparty“ in Dortmund zu erklären. Für diese allein wurden circa 360.000 Euro veranschlagt. Werden diese Kosten von den Jahresausgaben für Veranstaltungen abgezogen, so fielen insgesamt betrachtet etwa 540.000 Euro an Veranstaltungskosten an. Gleiches gilt für WDR 2, der in diesem Jahr ebenfalls eine Silvesternacht ausrichtete. Anders als bei 1LIVE ist trotz dieses Abzugs der Silvesterveranstaltung eine generelle Senkung der Ausgaben für Veranstaltungen zu konstatieren. WDR 4 erhöhte hingegen die Anzahl der Veranstaltungen kontinuierlich zwischen 1999 und 2007. Die Veranstaltungskosten von WDR 5 wurden im Jahr 2007 durch die Unterstützung des „Deutschen Hörbuchpreises“ sowie der „WDR Hörwelten“ gesteigert. Finanziell besonders hervorzuheben war bei WDR Funkhaus Europa im letzten Untersuchungsjahr die Veranstaltung „Summerstage“.

„Summerstage“

Im Jahr 2009 fand bereits zum zehnten Mal die „Summerstage“ des WDR statt. Im Mittelpunkt steht Weltmusik. Das Festival findet im Tanzbrunnen Köln statt. Es spielen Musiker aus aller Welt, deren Musik nicht dem Mainstream entspricht. Im Jahr 2009 konnten Künstler präsentiert werden, die vor Jahren erstmals beim Festival „Summerstage“ vor einem größeren Publikum auftraten und heute weltweit bekannt sind.

Die Ausgaben im Veranstaltungsbereich bei WDR 3 setzen sich aus allgemeinen Kosten sowie aus Kosten für den Programmbereich Wort und den Programmbereich Musik zusammen. Wie anhand des Diagramms ersichtlich wird, ist der Programmbereich Musik/Veranstaltungen sehr kostenintensiv. In den drei Untersuchungsjahren wurden zusammen 5,8 Mio. € investiert. Das ist das Doppelte der Investitionen, die WDR 4 in den drei Jahren getätigt hat. Wieso die Kosten so hoch sind, wird anhand eines Blickes in die Kostenrechnung 2007 deutlich: Allein die

Beteiligung an der „MusikTriennale“ in Köln schlug mit 138.081 T € zu Buche; die „Wittener Tage für neue Musik“ 2007 kosteten den WDR 208.166 T €. Diese Veranstaltungen wären ohne diese maßgebliche Unterstützung des WDR nicht das, was sie sind.

Bei näherer Betrachtung fällt auf, dass der WDR besonders aktiv im Bereich der Musik ist und diese Aktivitäten im Laufe der Untersuchungsjahre zugenommen haben. Gleichzeitig hat sich auch die Vielfalt der Kultursparten, in denen Aktivitäten des Senders zu verzeichnen sind, erhöht. So wurde der Bereich Comedy rein quantitativ weiter ausgebaut, womit der Sender dem Trend der Zeit folgt. Hier zeigt sich, dass der WDR neue Entwicklungen in Unterhaltung und Kultur nicht „verschläft“, sondern auf neue Entwicklungen eingeht. Oftmals reagiert 1LIVE umgehend auf Aktuelles aus Sport, Politik oder Unterhaltung.

Besonders viele Veranstaltungen des WDR Radios sind der Sparte Musik zuzuordnen. Im Jahr 1999 waren 68% und heute sind es 85%. Dieses ist sicherlich auf das Medium Hörfunk zurückzuführen. Musikveranstaltungen oder Hörspiele können im Radio präsentiert werden, Theateraufführungen beispielsweise nur eingeschränkt.

8.1.3 Regionale Verteilung der Veranstaltungen

Eine sehr enge Verbindung geht der WDR mit dem Jazz ein. In den Jahren 2006 und 2007 hat er insgesamt 66 zum Teil mehrtägige Veranstaltungen (mit)gestaltet. Die Mehrzahl der Aufführungsorte lag dabei im Rheinland. Spitzenreiter war hier die Stadt Köln. Aber auch in westfälischen Großstädten ist der WDR aktiv. Im Jahr 2006 fand ein Drittel der Veranstaltungen in Bielefeld statt. In der Metropole Ostwestfalens hat sich der „Bunker Ulmenwall“ einen Namen in der Jazz-Szene gemacht. Zusammen mit dem „domicil“ in Dortmund trägt der „Bunker“ dazu bei, dass viele der Jazzkonzerte im Westfälischen beheimatet sind. Eine ähnliche Bedeutung kommt dem „Kölner Stadtgarten“ zu. Diese drei Örtlichkeiten dominieren die Jazzclub-Szene, hier werden zahlreiche Mitschnitte und Aufzeichnungen von Konzerten erstellt und ausgestrahlt. Zurückzuführen ist diese hervorgehobene Stellung auf eine Anregung der WDR 3-Jazzredaktion aus dem Jahr 2003. Sie empfahl, dass sich die drei genannten Spielstätten zur „Gemeinschaft unabhängiger Spielstätten“, kurz GuS, zusammenschließen sollten. Dieser Zusammenschluss verfolgt das Ziel, *„eine Achse für Jazz und improvisierte Musik quer durch Nordrhein-Westfalen zu bilden.“* (Jazz Das neue WDR 3 Jazz Profil 2008).

Vergleicht man allerdings allein die Jahre 2005, 2006 und 2007 miteinander (Tabelle 21), dann fällt auf, dass die Wahl häufiger auf Köln fiel und Orte des Rheinlandes insgesamt stärker gegenüber anderen des Bundeslandes präferiert

TABELLE 21: Jazz-Veranstaltungen des WDR

Örtlichkeit	2005	2006	2007
WDR in Köln	1	1	4
Köln außer WDR	13	6	6
Rheinische Großstädte	5	7	3
Rheinische Klein- und Mittelstädte	3	3	2
Westfälische Großstädte	10	10	6
Westfälische Klein- und Mittelstädte	0	0	0
anderes Bundesland	1	1	1
Ausland	0	1	0
Veranstaltungen an mehreren Veranstaltungsorten	1	2	2
Insgesamt	34	31	24
Jazzmeeting	19	14	5

Quelle: WDR Jazzradio, Veranstaltungen, Archiv 2005-2007,

<http://www.wdr.de/radio/jazz/>; Zugriff: 19.06.2009.

Mehrtägige Veranstaltungen wurden als eine Veranstaltung zusammengefasst.

Veranstaltungen an mehreren Veranstaltungsorten wurden separiert aufgeführt.

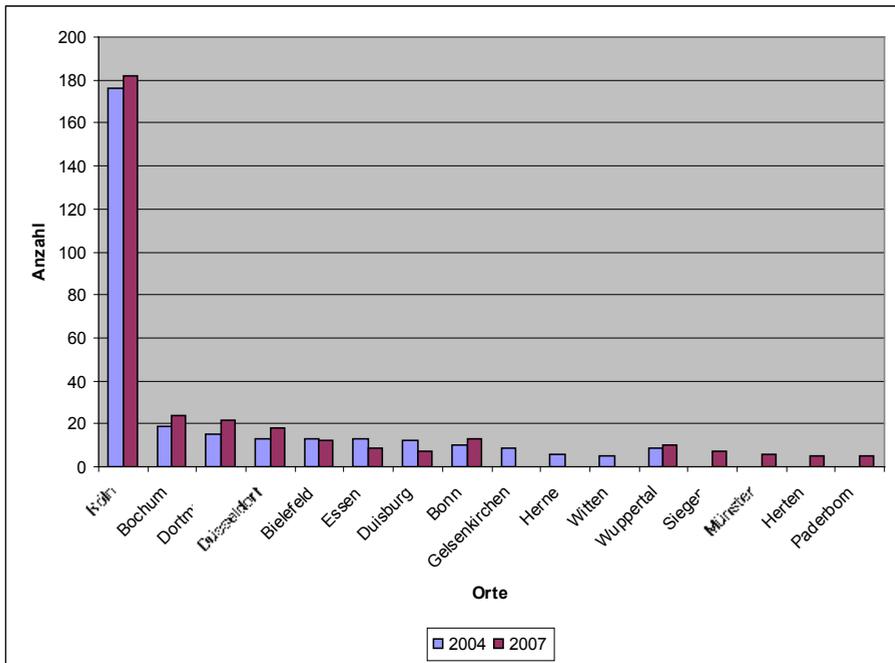
Jazzmeeting wurde aufgrund seines Reihencharakters einzeln gezählt.

Schema entstand in Anlehnung an Wiesand/Fohrbeck 1989, 198.

werden. Zu berücksichtigen ist allerdings, dass nur drei Jahre untersucht wurden. Allgemeingültige Schlüsse können nicht gezogen werden. Dennoch stellt sich die Frage, ob Städte im Rheinland, wie Moers und Leverkusen, und speziell die Stadt Köln bevorzugt werden.

Analysiert man die Gesamtheit der Veranstaltungsbeteiligungen aller WDR-Hörfunkprogramme bezüglich ihrer geografischen Lage, so ist festzustellen, dass Köln jeweils mehr als das Doppelte an Veranstaltungen aufweist als die anderen Städte, in denen Veranstaltungen stattfinden, zusammen. Die klare Dominanz der Rheinmetropole konnte dabei seit 2004 noch gesteigert werden. Hier gilt es zu beachten, dass die Wahl von Köln als Veranstaltungsort nicht gleich stark bei allen WDR-Radioprogrammen ausfällt, wie im Zuge des Beispiels WDR 3/Jazz bereits

DIAGRAMM 70: Orte mit mehr als fünf Veranstaltungen des WDR-Hörfunks in den Jahren 2004 und 2007



Quelle: Erstellt anhand der Kostenrechnungsbücher 2004 und 2007, Sparte Veranstaltungen Hörfunk. Aufgenommen wurden nur Veranstaltungsorte, die namentlich angegeben waren.

angedeutet wurde. Die hier gewählten Referenzjahre 2007 und 2004 veranschaulichen die Bedeutung Kölns als Veranstaltungsort, zeigen aber zudem, dass die Berücksichtigung von Städten wie Bochum, Düsseldorf oder Dortmund ebenfalls zugenommen hat.

Konzentration auf bestimmte Städte

In Diagramm 70 sind die Orte aufgeführt, in denen in den Jahren 2004 und 2007 mehr als fünf Veranstaltungen von WDR-Radioprogrammen stattgefunden haben. Die überwiegende Zahl an Veranstaltungen fand in den beiden Jahren in Köln statt (178 im Jahr 2004 und 182 im Jahr 2007). Bochum, Dortmund, Düsseldorf, Bonn und Wuppertal konnten ihre Position ausbauen. Demgegenüber fanden in Essen, Duisburg und Bielefeld weniger Veranstaltungen statt. Weniger als fünf bzw. kei-

ne Veranstaltungen fanden im Jahr 2007 in Gelsenkirchen, Herne und Witten statt. Demgegenüber gab es in Siegen, Münster, Herten und Paderborn fünf bzw. mehr als fünf Veranstaltungen. Die Anzahl der Ausrichtungsorte wurde von 1999 bis 2007 weiter ausdifferenziert. Während 1999 ganze 38 verschiedene Orte der Veranstaltungen und Veranstaltungsreihen ausgemacht werden konnten, waren es 2004 bereits 40 und im Jahr 2007 sogar 42 Örtlichkeiten. Somit wird eine umfassendere „Abdeckung“ des Bundeslandes NRW ermöglicht. Insgesamt hat die Zahl der Veranstaltungsorte zugenommen, der WDR ist mehr in die Fläche gegangen. Zugleich ist aber die Zahl der Städte, in denen der WDR mehr als fünf Veranstaltungen durchführt, zurückgegangen.

8.1.4 Und was sagen die Kulturverantwortlichen dazu ...

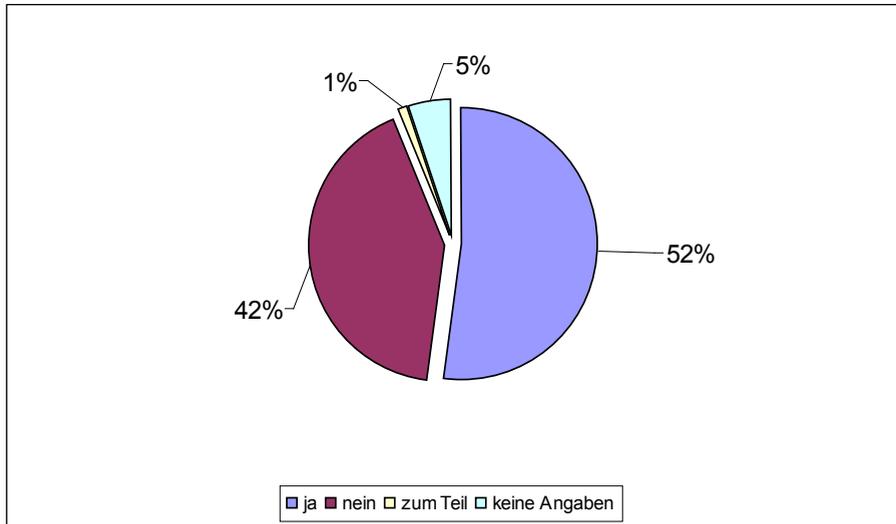
Der WDR ist durch seine Sendungen und Veranstaltungen im ganzen Land NRW präsent. Mit Blick auf die Veranstaltungen wurden im Zuge dieser Studie die Kulturverantwortlichen gefragt, wie sie das Engagement des WDR einschätzen und was sie vom WDR erwarten. Befragt wurden rd. 400 Kulturämter und Kulturbüros in ganz NRW, davon haben 146 geantwortet. Der Rücklauf beträgt damit 38%.

Als Erstes wurde gefragt, ob der WDR das Kulturangebot in der Region bereichert. Diese Frage beantworteten 52% der Befragten mit Ja. 42% konnten keine Bereicherung des Angebotes feststellen. Die übrigen 6% haben entweder keine Angaben gemacht oder antworteten mit „zum Teil“. Knapp mehr als die Hälfte der Kulturämter und Kulturbüros in NRW sind folglich mit der kulturellen Leistung des WDR generell zufrieden.

Werden nun die Ergebnisse mit der Nähe der Städte, Gemeinden und Kreise zu den Regionalstudios des WDR in Bezug gesetzt, so fällt auf, dass rund um Dortmund und Essen, zum überwiegenden Teil auch in der Nähe von Wuppertal, Siegen und Aachen, die Kulturämter dem WDR ausnahmslos eine positive Bewertung gegeben haben. Die Städte, Gemeinden und Kreise, die in der Umgebung von Bielefeld, Münster, Essen, Düsseldorf und Köln liegen, sind sehr geteilter Meinung. Hier halten sich die Ja- und Nein- Stimmen die Waage.

Auffällig viele Befragte in der Umgebung der Stadt Duisburg sprechen sich gegen eine Bereicherung der Kultur durch den WDR aus. Dieses ist vor allem deshalb bemerkenswert, weil der WDR mit dem „Hafenkonzert“ und der Unterstützung des „Traumzeit Festivals“ als Veranstalter in Duisburg durchaus präsent ist. Bei einem Ost-West-Vergleich kann festgestellt werden, dass Orte, die an der westlichen Peripherie von NRW liegen, deutlich positiver antworten, als jene, die an Niedersachsen oder Hessen angrenzen. Die Existenz von Regionalbüros (Detmold, Paderborn, Kleve und Rheine) hat auf die bejahende Einschätzung des Kulturfak-

DIAGRAMM 71: Bereicherung des Kulturangebots vor Ort durch den WDR



Quelle: Eigene Erhebung

tors WDR dabei keine erkennbare positive Auswirkung gezeigt. Eher im Gegenteil: In der Region um Detmold antworten die Befragten fast ausschließlich mit Nein. Auch Springhorn (Lippisches Landesmuseum) wies im Interview (siehe Anhang) daraufhin, dass zwar mit dem Kulturpartner WDR 3 eine positive, enge Zusammenarbeit bestehe, das Regionalbüro aber kein oder nur marginales Interesse an der Arbeit der Einrichtung erkennen lasse. Die existierenden Regionalkorrespondenten mit Sitzen in Ahaus, Arnsberg, Krefeld, Minden und Monschau sind für die Beantwortung der Frage ebenfalls nicht ausschlaggebend. In Diagramm 71 ist das Ergebnis noch einmal optisch dargestellt.

Viele der Befragten geben darüber Auskunft, inwiefern der WDR kulturberreichernd in Erscheinung tritt. Dabei wird mit 40% am häufigsten die Berichterstattung in der „Lokalzeit“ erwähnt, danach folgt gleichauf mit jeweils 28% die Bereicherung als Mitveranstalter oder als Medienpartner. Die Kulturpartnerschaften – auf die noch eingegangen wird – nehmen hier mit 4% eine eher untergeordnete

Rolle ein¹¹⁵. Besonders lobend hervorgehoben wird die Arbeit der „Lokalzeiten“ des WDR Fernsehens. So ist in einer der Ausführungen zu lesen: *„Der WDR bearbeitet als Lokalsender (TV) unterschiedliche Themenbereiche. Hierbei werden sicherlich Themenbereiche mit überregionaler Überschrift behandelt, die auf einen regionalen Charakter schließen lassen. Insbesondere im TV-Bereich kommt es zu Berichten/Dokumentationssendungen, die teilweise aus hiesiger Sicht begrüßenswert sind.“*

In einem zweiten Schritt wurde gefragt, ob der WDR kulturelle Veranstaltungen vor Ort fördert. Die überwiegende Zahl der Verantwortlichen aus den Kulturämtern verneinte dies (70%). Die Mehrzahl derer, die mit Ja antworteten (24%), gab an, dass der WDR in ihrer Umgebung vor allem Musikveranstaltungen fördere. Weiterhin erwähnenswert war der Förderbereich Comedy/Kabarett, den 10% der Kulturämter und Kulturbüros bei ihren zusätzlichen schriftlichen Ausführungen angeben.

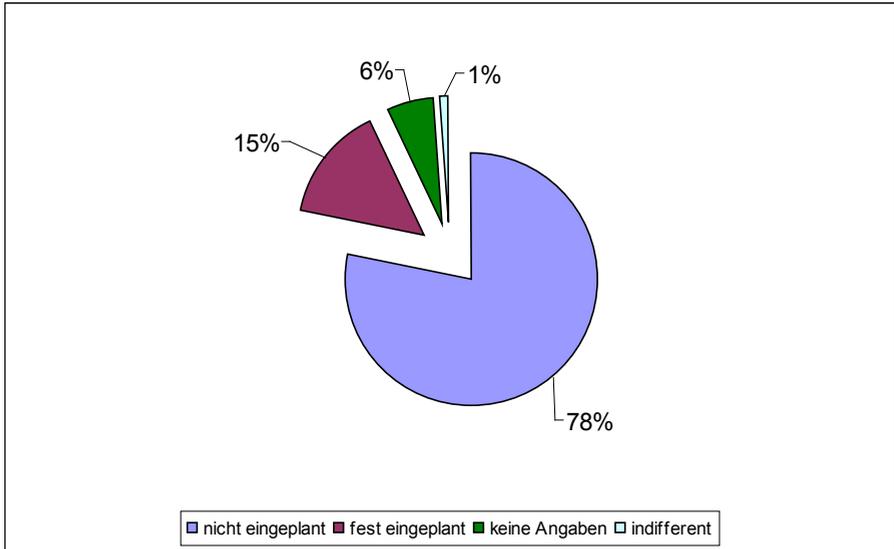
Bei den Veranstaltungen, die vom WDR gefördert werden, spielt wiederum Musik eine herausragende Rolle. Bei 83% der gemeldeten Veranstaltungen handelt es sich um Musikveranstaltungen. Angeführt wurden konkrete Aktivitäten des WDR in den jeweiligen Städten, Kreisen und Gemeinden. Über Auftritte der WDR-Big Band, Veranstaltungen zur Alten Musik oder zur Kammermusik bis hin zu Weihnachts- oder Hafenkonzerten zeigen die Antworten, wie vielfältig die Aktivitäten des Senders gerade im musikalischen Bereich sind und dass diese Differenziertheit sehr positiv wahrgenommen wird.

Dieses Ergebnis bestätigt die Auswertung der Unterlagen des WDR. Der WDR investiert in erheblichem Maße in Musikveranstaltungen. Bemerkenswert ist, dass Kabarett und Comedy zu 10% genannt werden. Werden die Veranstaltungen des WDR nach künstlerischen Sparten ausgewertet, dann spielen Kabarett und Comedy zwar eine Rolle, aber nicht so eine herausragende. Für Kulturämter scheinen die Veranstaltungen, die stattfinden, aber eine sehr große Bedeutung zu haben. Die weiteren Nennungen sind so indifferent, dass sie in der Kategorie Sonstiges (7%) zusammengefasst wurden.

Befragt nach der Einplanung von WDR-Veranstaltungen in die Jahresplanung geben 78 % der Kulturämter an, dass sie WDR-Veranstaltungen nicht fest einplanen. Nur 15% rechnen fest mit WDR-Veranstaltungen. 6% machen keine Angaben und ein Prozent ist indifferent. Diese Antwort verwundert, da sowohl die Kommunen als auch der WDR zumeist langfristig planen. Eine Veranstaltung des WDR vor Ort scheint, wie Diagramm 72 veranschaulicht, für die übergroße Mehrheit der

115 Hier spielt sicherlich die Beschränkung der Kulturpartner auf eine Höchstzahl von 80 eine Rolle und der qualitative Anspruch, der an die Kulturpartner gelegt wird.

DIAGRAMM 72: Einplanung von WDR-Veranstaltungen in das Jahresveranstaltungsprogramm



Quelle: Eigene Erhebung

Kulturämter ein Zusatz zu den ohnehin stattfindenden Veranstaltungen zu sein, jedenfalls wird nicht mit dem WDR als Veranstalter gerechnet.

Auf die Frage, ob sich durch eine Zusammenarbeit mit dem WDR hinsichtlich des Engagements anderer Kulturförderer Probleme ergeben würden, fallen die Antworten sehr klar aus. Lediglich eine Stadt berichtet über Probleme, die sich vor allem bei der Zusammenarbeit mit Lokalradios ergäben. Gleiches stellen bereits einige der interviewten Kulturpartner heraus. Bei den Kulturämtern und Kulturveranstaltern vor Ort scheint der Konflikt jedoch nicht wirklich gravierend zu sein. Das Konfliktpotenzial zwischen Lokalradios und dem WDR in Bezug auf Kulturberichterstattung wird folglich nur dann virulent, wenn die Zusammenarbeit mit dem öffentlich-rechtlichen Sender von großer Bedeutung ist oder wenn es eine kontinuierliche Zusammenarbeit mit dem WDR gibt.

Gefragt nach den Auswirkungen eines Wegfalls des WDR ergaben sich folgende Antworten:

- 28% sind der Meinung, dass die Berichterstattung aus der Region wegfallen würde,
- 21% meinen, dass Programmankündigungen von Kulturveranstaltungen wegfallen,
- 20% sehen einen generellen Schaden für die Kulturlandschaft NRW und eine Verringerung des Kulturangebots,
- 12% befürchten den Wegfall eines finanziellen Kooperationspartners,
- 6% sehen Auswirkungen auf den Tourismus und den Fremdenverkehr,
- nur 2% sehen positive Auswirkungen.

Sicherlich muss berücksichtigt werden, dass das bevölkerungsreichste deutsche Bundesland einen Sender vor große Herausforderungen stellt. Sauerland, Siegerland, Ostwestfalen, Eifel etc. sind unterschiedliche Regionen die, auch oder gerade im kulturellen Bereich, ganz eigene Bedürfnisse haben. Eine vom WDR initiierte Zuschauerbefragung ergab, dass die Menschen im Kölner und im Düsseldorfer Raum besonders stark an Kunst und Kultur interessiert sind. Hier liegt die Vermutung nahe, dass dort, wo ein reichhaltiges kulturelles Angebot sowie eine ebenso umfängliche Berichterstattung seitens des WDR vorliegen, ein gesteigertes Interesse zu vermelden ist.

Um die Aufmerksamkeit des WDR wird gebuhlt. Zwar wird in vielen Antworten in den Fragebögen kritisiert, dass der Rundfunksender jeweils „vor Ort“ als Kulturveranstalter zu wenig präsent ist, gleichzeitig nutzten sehr viele die Gelegenheit und baten um Unterstützung bestimmter Veranstaltungen oder verfassten einen Appell bezüglich einer Kooperation mit dem Sender. Der bereits von Wiesand und Fohrbeck konstatierte Wettbewerbsdruck zwischen Städten, Gemeinden und Regionen um die Aufmerksamkeit des WDR scheint sich, das wird anhand der Auswertung absolut deutlich, noch weiter verschärft zu haben.

8.2 Kulturpartnerschaften WDR 3

Der WDR war der erste öffentlich-rechtliche Sender, der mit seinem Kulturradio WDR 3 mit Kultureinrichtungen in NRW sogenannte Kulturpartnerschaften eingegangen ist. Im Frühjahr 2000 starteten die WDR 3 Kulturpartnerschaften im Rahmen eines Pilotprojektes während der „MusikTriennale“ Köln. Zuvor gab es, wie bei anderen Radioprogrammen ebenfalls üblich, punktuelle Ankündigungen von Veranstaltungen. Diese waren allerdings wenig auf das WDR 3-Profil abgestimmt.

Die „MusikTriennale“ Köln wurde als erster Kulturpartner von WDR 3 gezielt betrailert, zugleich wurde bei den Veranstaltungen auf WDR 3 hingewiesen. Bereits nach der Ausstrahlung der ersten Trailer der „MusikTriennale“ 2000 zeigte das Pilotprojekt die erhoffte Wirkung. Im Herbst des gleichen Jahres startete WDR 3 und die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit mit einem Angebot zur Partnerschaft an 40 Institutionen in NRW. Bereits hier zeichnete sich ab, dass das Projekt Erfolg versprechend sein würde: Der Rücklauf war weitaus höher als die Anfragen. Beim Programmstart im März 2001 hatte WDR 3 45 feste Kulturpartner. Erstmalig kamen die Kulturpartner bei einem Treffen im Mai 2002 auf der Essener Zeche Zollverein zueinander. Bereits im November 2004 waren die Partnerschaften so beliebt, dass ein dauerhafter Aufnahmestopp verhängt werden musste, um die Praktikabilität zu gewährleisten und die Qualitätsstandards aufrecht zu erhalten. Derzeit ist die Zahl der Kulturpartner auf 80 begrenzt, zusätzlich werden temporäre Kulturpartnerschaften eingegangen.

Aufgrund ihrer Kapazitäten wurde die Zeche Zollverein seit ihrem Beitritt häufig zum Treffpunkt und Veranstaltungsort der Kulturpartner. In den Jahren 2004 und 2007 gab WDR 3 für die Eigenproduktion der Promotion-Trailer für die Kulturpartner in beiden Jahren insgesamt 138.067,00 Euro aus, mit steigender Tendenz (Kostenrechnungsbücher 2004, 192 und Kostenrechnungsbücher 2007, 197). Die WDR-Öffentlichkeitsarbeit wendet ca. 100.000 Euro im Jahr für die Kulturpartnerschaften auf.

Im Jahr 2006 machten die WDR 3-Kulturpartner in besonderem Maße auf sich aufmerksam. Es fand ein NRW-weites Kulturpartnerfest statt. In sechs Städten, Detmold, Duisburg, Essen, Köln, Marl und Münster wurde auf 20 Bühnen ein abwechslungsreiches Kulturspektakel geboten. Das Angebot umfasste 200 Stunden kostenlose Kulturdarbietungen des WDR, der Kulturpartner und der Kulturschaffenden der Region. Die Veranstaltungen, die von zwölf Uhr mittags bis Mitternacht andauerten, wurden im Kulturradio WDR 3 live übertragen. „Eine

12-stündige Live-Sendung in WDR 3 begleitete das bislang wohl größte europäische Kulturfest, das vor allem eines zeigte: Die Leistungsfähigkeit der Vernetzung und die Vielfalt der Kultur in diesem Land“, so Prof. Karl Karst (Karst im Anhang). Allein die Tatsache, dass lediglich 10% des Musikangebots während der Radio-Übertragung von Tonträgern kam und der Rest live direkt von den Veranstaltungsorten eingespielt wurde, zeigt die große Leistung der Kulturpartner in ihren Heimatstädten. Ein großes Potpourri an kulturellen Darbietungen, das den Bewohnern der Städte und des Umlandes ohne diese Kooperationengemeinschaft nicht geboten worden wäre. „Gerade in der Regionalpolitik sind ganz wenige Personen aktiv, die sich mit der Kulturarbeit identifizieren“, weiß der Direktor des Lippischen Landesmuseums zu berichten (Springhorn/Goedecke siehe Anhang). Initiativen gehen deshalb oftmals von den Institutionen aus.

Neben der Live-Übertragung von WDR 3 erfolgte auch die Live-Übertragung via Internet. Zudem wurde „Deutschlands größtes Kulturereignis in NRW“ eine Stunde live im WDR Fernsehen („west.art“) ausgestrahlt und erfuhr einen umfangreichen Nachhall in den jeweiligen „Lokalzeiten“. Der Erfolg konnte nicht nur an der Berichterstattung im Anschluss an das Fest abgelesen werden, sondern auch an den Besucherzahlen: 600.000 Menschen interessierten sich für die Veranstaltungen des Kulturpartnerfestes. Oftmals handelte es sich dabei um Personen, die den Weg in die Kultureinrichtungen bislang nicht gefunden hatten.

Die große Anzahl von Erstbesuchern schaffte für die beteiligten Institutionen die Möglichkeit, auf sich aufmerksam zu machen und ein anhaltendes Interesse bei den potentiellen Nutzern zu wecken und zu verfestigen. So waren 90% der Besucher des Lehbruck-Museums in Duisburg an diesem Tag erstmalig dort (WDR 3, Konzept der WDR3-Partnerschaften, Anlage 1). Die Resonanz war auch für die beteiligten Kulturpartner überwältigend, wie der Direktor des Lippischen Landesmuseums Detmold, Prof. Dr. Rainer Springhorn, und die Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit, Monika Goedecke, zu berichten wissen: „Das Fest war ganz wunderbar. Der zuständige WDR-Moderator fasste es mit den Worten zusammen: Detmold sei die Kulturhauptstadt der Herzen geworden.“ (Springhorn/Goedecke im Anhang). Hautnah erlebten die Menschen die kulturelle Vielfalt ihre Umgebung, die sie zuvor vielleicht gar nicht so sehr im Blick hatten.

Und nicht nur in den sechs Städten, sondern darüber hinaus zeigte der WDR durch die Live-Berichterstattung, was NRW und die dort ansässigen Kulturträger zu bieten haben. „Aber am Radio konnten die Menschen ja hautnah erleben, wie vielfältig das Kulturangebot im Lande ist. Es zeigt, wie fest der Westdeutsche Rundfunk in Nordrhein-Westfalen verankert ist, und es zeigt auch, wie sehr sich die Kulturschaffenden aber auch das Publikum mit dem WDR identifizieren“, resümierte die damalige

Hörfunkdirektorin und heutige Intendantin Monika Piel im Anschluss an das Kulturpartnerfest, das den krönenden Abschluss der WDR-Feierlichkeiten zu seinem 50-jährigen Bestehen darstellte. (<http://www.kulturpartner.net/kulturpartnerfest06.html>; Zugriff: 05.05.2009). *„Besonders wirksam war das Gemeinschaftserlebnis des Kulturpartnerfestes 2006, das die 50 beteiligten Kulturpartner im Land und die über 100 aktiven Kolleginnen und Kollegen des WDR zusammengeführt hat wie ein großes Team. Die beteiligten Techniker, Redakteure, Moderatoren und Kulturpartner sprechen bis heute von dieser Kultur-WM. Es war die bis dahin größte Präsenz des WDR Hörfunks bei einer öffentlichen Veranstaltung in NRW.“* (Karst im Anhang).

Ein kleiner Schatten wurde auf das Kulturpartnerfest im Vorfeld geworfen. Es zeigte sich, dass die vorausgehende Öffentlichkeitsarbeit des Kulturpartnerfestes durch Konkurrenzdenken seitens der anderen lokalen Medien erschwert wurde. Lokale Privat-Sender lehnten häufig die Programmankündigungen des Festes mit der Begründung ab, das der WDR als Ausrichter tätig sei.

kulturPARTNERnrw e.V.

Um die Aktivitäten der WDR 3 Kulturpartner zu ergänzen, wurde 2007 der Kulturpartnerverein (kulturPARTNERnrw e.V.) gegründet. Den Vorsitz des Vereins hat Prof. Dr. Gerhard Kilger, Direktor der Deutschen Arbeitsschutzausstellung in Dortmund, übernommen. Jolanta Nölle (Geschäftsführerin der Stiftung Zeche Zollverein) und Ilona Schmiel (Geschäftsführerin des Beethovenfestes Bonn) sind seine Stellvertreterinnen, Schatzmeisterin ist Eva Luise Roth vom Landesmusikrat NRW. Unterstützend wirkt Sylvia Schmeck von WDR 3 als ehrenamtliche Geschäftsführerin mit (<http://www.kulturpartner.net>; Zugriff: 18.05.2009).

„Das Ziel des Vereines ist es, die Kultur des Landes NRW zu fördern und Netzwerke zu schaffen. Mitglied dürfen alle Kulturpartner des WDR 3 sein. Die Gründung des Vereines hat unter anderem einen rechtlichen Hintergrund. Als Verein können wir Spenden entgegennehmen und gemeinsam um Sponsoren werben, was zuvor nicht möglich war. Natürlich soll der Verein auch Platz für den Austausch untereinander liefern und zugleich Themen setzen. Was wir nicht wollen, ist den Landeskulturrat oder andere Kulturvereinigungen zu ersetzen oder zu verdrängen; das könnten wir auch gar nicht. Was wir möchten, ist den Kulturpartnern des Kulturradios WDR 3 eine Stimme zu verleihen. So können wir zum Beispiel gezielt und konzentriert Sponsoren ansprechen. Die Mitgliedschaft bei kulturPARTNERnrw e.V. steht auch Privatpersonen offen, die uns als Fördermitglied unterstützen können.“ (Nölle im Anhang).

Wie wichtig dieser Schritt war, stellten auch die anderen interviewten Kulturpartner und der WDR 3 Programmchef und Initiator Karl Karst heraus. Vor der Vereinsgründung war es WDR 3 als öffentlich-rechtlichem Rundfunksender, bei

dem die Kulturpartnerschaft angesiedelt ist, nicht möglich, Sponsorengelder entgegenzunehmen. Die bedauernswerte Absage an einen Sponsor, der im Vorfeld des Kulturpartnerschaftsfestes 2006 gerne Geld zur Verfügung gestellt hätte, führte unter anderem zur Gründung des e.V. Solche Probleme existieren nun nicht mehr. Im Gegenteil, der Verein kann jetzt aktiv werden und gezielt auf Sponsorensuche zur Unterstützung kultureller Veranstaltungen gehen. *„Die Bündelung der Kulturinstitutionen ist ungemein hilfreich bei der Gewinnung von Förderern. Nun müssen sich die einzelnen Einrichtungen nicht mehr gesondert an Sponsoren wenden. Wir bekommen dadurch ein ganz anderes Gewicht.“* (Nölle im Anhang). Gegenwärtig umfasst der Verein 29 Mitglieder.

Die Verbindung zu WDR 3 gibt Jolanta Nölle bei Anfragen bei möglichen Sponsoren stets mit an, wie sie weiter im Interview verriet. Für die Kulturpartner ist die Verbindung zu WDR 3 ein Pfund, mit dem es sich ihrer Meinung nach zu wuchern lohnt. Ein solches Vorgehen hat sich bei der Sponsorensuche als sehr praktikabel erwiesen und wird auch im Fall der Beschaffung von Geldern für den Kulturpartnerverein ein wichtiges und schlagkräftiges Argument sein.

Wie erfolgreich das Konzept der WDR 3 Kulturpartnerschaften ist, wird nicht zuletzt daran deutlich, dass es mittlerweile zahlreiche Nachahmer innerhalb der ARD und darüber hinaus findet.

Durch die WDR 3-Kulturpartnerschaften wird nicht nur die Kultur in NRW und den Regionen gestärkt, ihre Vielfalt aufgezeigt und ein Zusammengehörigkeitsgefühl zwischen NRW, seinen Bewohnern und dem WDR forciert. Gleichzeitig stärken diese Verbindungen die Kulturpartner an sich und es kommt so zu einer win-win Situation. So werden Veranstaltungen der Kulturpartner durch Trailer im Programm von WDR 3, in den Publikationen und in den Räumlichkeiten des Senders kostenfrei angekündigt. Da die Budgets der meisten Kultureinrichtungen knapp bemessen sind, ist diese Ankündigung über das Radio eine Werbeleistung, die mit Geld schlichtweg nicht aufzurechnen ist. Durch die Sendung von Trailern wird die Bekanntheit der Kultureinrichtungen weit über ihren herkömmlichen Einzugskreis hinaus gesteigert. Durch das Zusammenwachsen der Städte und Regionen in NRW, die verbesserten Verkehrsverbindungen und die generelle Zunahme der Mobilität sind für das Publikum nun auch Spielstätten und Kultureinrichtungen von Interesse, die nicht in unmittelbarer Nähe liegen.

Über die Bekanntheitssteigerung und den Imagegewinn hinaus kann auch ein Anstieg der Besucherzahlen konstatiert werden. Die Zeche Zollverein hat im Jahr 1993 in einer Besucherbefragung nach einem Konzert ermittelt, dass die Mehrzahl der Veranstaltungsbesucher aufgrund der Ankündigung in WDR 3 die Veranstaltung besucht hat. Dies zeigt, so Jolanta Nölle, *„wie gut die Betraillerung funktioniert*

und dass die Kulturpartnerschaft eine eindeutige Wirkung auf die Besucherquote hat.“ (Nölle im Anhang). Die Zusammenarbeit bringt wiederum Kooperationen zwischen den nun miteinander verbundenen Kulturinstitutionen hervor. Außerdem stellt eine Vereinigung von 80 Kulturpartnern und einem der größten Rundfunksender des Landes ein kulturpolitisches Netzwerk dar, das seines Gleichen sucht. Wie wichtig eine solch etablierte Stellung für die Kulturträger, aber auch für den Sender ist, brachte Franz Xaver Ohnesorg im Interview in folgenden Sätzen auf den Punkt: *„Solche Zusammenschlüsse sind sicher auch nicht unwichtig für die rundfunkpolitische Diskussion. Durch uns kann der WDR belegen, dass er seinen Kulturauftrag auch wirklich umsetzt. Die Realisierung des Rundfunksziels ‚Kultur‘ im Programm ist durch diese aktive Kulturpartnerschaft sehr gut gelungen.“* (Ohnesorg im Anhang).

Die Befragung der Kulturpartner von WDR 3, die im Zuge der Interviews stattfand, auch wenn sie nicht repräsentativ ist, zeigt die große Verbundenheit der Kulturpartner mit WDR 3 und dem Westdeutschen Rundfunk insgesamt sowie ihre sehr große Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit zwischen den Kulturinstitutionen und dem Sender. Bei der Frage, wie sie die Bedeutung des WDR für seine Leistungen in der Kultur- und Kreativwirtschaft in NRW auf einer Skala von 1–10 bewerten würden, lagen die Ergebnisse bei einer 8+.

Als positiv zu verstehende Kritik brachten die befragten Kulturpartner von WDR 3 Verbesserungsvorschläge ein. So werde das Kinder- und Jugendprogramm von WDR 3 vermisst und auch der Informationsfluss innerhalb des Senders könnte effizienter gestaltet werden. *„Nicht alle Mitarbeiter des WDR wissen von den Kulturpartnerschaften. Freie Mitarbeiter zum Beispiel sind hier eher unbeleckt. Das liegt womöglich an der Struktur des WDR-Apparates und am Informationsfluss.“* (Springhorn/Goeddecke im Anhang). Vorstellbar wäre überdies, dass der Internetauftritt ausgeweitet und den Kulturpartnern etwas mehr Raum eingeräumt werden würde. Deutlich unterschieden wurde innerhalb der Antworten zwischen der „Kulturleistung“ des WDR Radios und des Fernsehens. *„WDR 3 würde ich ganz klar die Höchstpunktzahl von 10 Punkten geben. Beim WDR-Fernsehen sehe ich deutliches Verbesserungspotential, es liegt mehr im Mittelfeld, aber mit gutem Willen lässt sich das ja ändern. Der WDR sollte sich dafür einsetzen, dass in Bezug auf Musik die Durchsetzungsfähigkeit der WDR-Fernseh-Redaktion innerhalb der ARD wieder stärker wird.“* (Ohnesorg im Anhang).

8.3 Vom WDR vergebene Preise und Auszeichnungen

Zusätzlich zur Unterstützung von Kulturveranstaltungen fördert der WDR durch die Vergabe von und der Beteiligung an Preisen das kulturelle Geschehen in NRW und darüber hinaus. Der WDR lobt, eigenständig oder in Zusammenarbeit mit anderen, eine Reihe von Preisen für hervorragende kulturelle Leistungen sowie diverse Medienpreise aus. Zu nennen sind hier besonders der „Deutsche Fernsehpreis“, der „Prix Ars Acustica“, der „Deutsche Kamerapreis“, der „CIVIS Medienpreis“ oder auch der „Preis für die Rechte des Kindes“, um nur einige der Preise anzuführen. Im Folgenden sollen einige Preise und Auszeichnungen exemplarisch dargestellt werden.

8.3.1 Musikpreise bzw. Preise für Musikvermittlung

Musik spielt beim WDR eine herausragende Rolle. Dieses Ergebnis kann anhand der vorangegangenen Kapitel bereits festgehalten werden. Diese bedeutende Rolle spiegelt sich in der Vergabe von Preisen im Bereich Musik bzw. musikalische Vermittlung wider. Ausführungen zur „LIVE Krone“, einem wichtigen Preis zur Nachwuchsförderung in populärer Musik, wurden bereits im Kapitel Hörfunk gemacht.

Förderung des musikalischen Nachwuchses

Gemeinsam mit dem Verband Deutscher Schulmusiker, der Strecker-Stiftung, der Initiative Hören und dem Deutschen Musikrat vergibt WDR 3 alle zwei Jahre einen Preis für Musikvermittlung an Schulen und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur kulturellen und musischen Bildung. Ausgezeichnet werden Schulen, die eine herausragende und das musikalische Leben nachhaltig positiv beeinflussende Arbeit leisten. Das hinter dem Engagement des WDR stehende Anliegen erklärt der Programmchef von WDR 3, Karl Karst, wie folgt: *„Kultur, Kunst und Musik sind Grundnährstoffe der gesellschaftlichen und der persönlichen Entwicklung, ohne die sowohl der Einzelne als auch die Gesellschaft langfristig an Produktivität und Prosperität verliert.“* Insofern sei der vom WDR mitgetragene Wettbewerb „musik gewinnt!“ auch eine deutliche Mahnung, *„die musische Grundbildung an deutschen Schulen nicht zu vernachlässigen“*. (http://www.wdr.de/unternehmen/presse lounge/pressemitteilungen/2007/05/20070518_wdr3_preisverleihung_musik_gewinnt.phtml; Zugriff: 19.05.2009). Vergeben wird der Preis in Zusammenhang mit der Aufführung eines Jugendkonzertes des Westdeutschen Rundfunks, das im Programm von WDR 3 übertragen wird.

Weitere Preise von WDR 3, die speziell im Bereich der Nachwuchsförderung ausgelobt werden, sind der „Junge-Ohren-Preis“¹¹⁶, der für herausragende Konzert- und Musiktheaterprojekte für ein junges Publikum vergeben wird, „LEOPOLD-Medienpreis“ des Verbandes deutscher Musikschulen für herausragende Musikproduktionen für Kinder sowie der im Rahmen des WDR Jazzpreises mit 5.000 Euro dotierten Sonderpreis für herausragende Schul- und Bildungsprojekte des Jazz.

Zusätzlich stehen dem Radio WDR zur Förderung des musikalischen Nachwuchses weitere Möglichkeiten zur Verfügung, um junge Musiker zu unterstützen: Mit dem BundesJugendJazzOrchester zum Beispiel existiert eine feste Zusammenarbeit durch Radio-Produktionen. Das BundesJugendJazzOrchester produzierte zahlreiche Aufnahmen für den Rundfunk, der WDR ist neben der GVL, dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und der Daimler AG ein wichtiger Förderer.

Kinderliederwettbewerb

Einen multikulturellen Austausch weist auch der Kinderliederwettbewerb von WDR 5 auf. Hier kann jeder, ganz gleich welchen Alters oder welcher beruflichen Profession, bisher unveröffentlichte Kinderlieder einreichen. Ausschlaggebend ist, dass diese Lieder mindestens zweisprachig sind und mehrere Kulturen ansprechen. In der Wahl der Musikrichtung herrscht absolute Wahlfreiheit. Die zwölf Gewinertitel werden mit je 500 Euro prämiert. Zudem können die Preisträger ihre Titel mit professioneller Unterstützung aufnehmen. Im Anschluss an die Veranstaltung, die von WDR 5 getragen wird, wird ein Tonträger mit den Siegertiteln erstellt (www.kinderliederwelt.de).

Deutscher Klangkunstpreis

Künstlerische Arbeiten, die sich mit radiophoner und raumbezogener Klangkunst befassen, werden im Rahmen des „Marler Medienkunstpreises“ mit dem „Deutschen Klangkunst-Preis“ ausgezeichnet. Gemeinsam mit dem „Skulpturenmuseum Glaskasten Marl“ und der „Initiative Hören“ fördert WDR 3 durch die Preisvergabe die Weiterentwicklung der aktuellen Medienkunst. Auf eine der prämierten Kategorien sei hier noch gesondert hingewiesen: den Radio-Produktionspreis des Kulturradios, zu dessen Preisträgern Thomas Taxus Beck oder die Künstlerin Miki

116 Für den junge ohren preis 2009 gingen 120 Bewerbungen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz sowie Luxemburg und den Niederlanden ein. Acht Projekte wurden von der Jury nominiert. Am 01.12.2009 fand die Bekanntgabe der Preisträger im Rahmen einer Veranstaltung der Initiative Hören und von WDR 3 im Kleinen Sendesaal des WDR in Köln statt.

Yui zählen. Ein Ziel des Preises ist es, der Klangkunst einen höheren Stellenwert in der Öffentlichkeit wie im Ausstellungswesen zu gewähren. Maßgeblich trägt unter anderem dazu die Möglichkeit für die Preisträger und Nominierten des Deutschen Klangkunst-Preises bei, ihre Arbeiten auf der „ART COLOGNE“ („SoundART“) zu zeigen. Darüber hinaus werden die Arbeiten auch im Rahmen von Veranstaltungen der Preisverleiher gezeigt. Damit gibt der WDR seinem Jahrzehnte langen Einsatz für die akustische Kunst einen zeitgemäßen Ausdruck. Als Preisgelder zur Ausführung der Arbeiten stehen insgesamt 20.000 Euro zur Verfügung.

Wettbewerb „Ars Acustica“

Ebenfalls im Fokus der Förderung der Klangkunst steht der Wettbewerb „Ars Acustica“. Der in diesem Zusammenhang zweijährig vom WDR vergebene Preis hat zum Ziel, akustische Kunst und deren internationalen Austausch zu fördern. Drei der eingereichten Projekte werden vom WDR produziert und das Gewinnerprojekt mit dem Ars Acustica Preis ausgezeichnet. Verbunden ist diese Auszeichnung mit der zweimaligen Sendung des Beitrags im Radio. Zudem schließt sich die Vergabe eines zusätzlichen Kompositionsauftrags an die Auszeichnung an. Auch hier wird deutlich, dass der WDR seinen gesetzlichen Auftrag sehr ernst nimmt. Durch die Vergabe von Preisen verankert er die unterschiedlichen Sparten der Kultur im öffentlichen Bewusstsein, schafft Raum für Veranstaltungen, fördert die Künstler auch finanziell und trägt so einen Teil zur kulturellen Vielfalt in NRW und über das Bundesland hinaus bei.

WDR Jazzpreis

Ein weiteres Beispiel für die nachhaltige Unterstützung der musikalischen Vielfalt ist der vom WDR vergebene „Jazzpreis“. Bewerben können sich Musiker aus NRW, die herausragende Leistungen in den Bereichen Komposition und Improvisation nachweisen können. Der seit 2004 jährlich vergebene Preis ist mit jeweils 10.000 Euro (für den besten Improvisator und den besten Komponisten) dotiert. Zusätzlich werden Ehrenpreise in der Kategorie „Jazz-Nachwuchs“ und „Jazz-Pädagogik“ mit jeweils 5.000 Euro vergeben. Mit insgesamt 30.000 Euro stellt der „WDR-Jazzpreis“ den höchstdotierten Preis für improvisierte Musik in Deutschland dar. Neben diesem monetären Nutzen wird die Bekanntheit der Preisträger dadurch erhöht, dass sie die Gelegenheit haben, ihre Arbeit im Rahmen eines WDR 3-Konzertes vorzustellen. Zusätzlich wird die ausgezeichnete Komposition von der WDR Big-Band eingespielt. Wie wichtig eine solche Auszeichnung für die Künstler ist, wurde in dem Interview, das im Vorfeld der Studie mit Gabriel Pérez geführt wurde, deutlich. Pérez wurde im Jahr 2008 mit dem „Jazz-Preis“ in der Kategorie „Jazz-Komposition“ ausgezeichnet. Die anderen Preisträger des Jahres 2008 waren

der Kölner Pianist Hubert Nuss („Jazz-Improvisation“), Big Stuff, die Big Band der Musikschule Wipperfürth („Jazz-Nachwuchs“) und die Offene Jazzhaus Schule Köln („Jazz-Pädagogik“). Die Bedeutung, die von einer solchen Auszeichnung ausgeht, beschreibt der Jazzmusiker Gabriel Pérez wie folgt: *„Einer der bisherigen Höhepunkte war dann definitiv die Verleihung des WDR-Jazzpreises 2008. Diese Auszeichnung kann sicherlich als Wendepunkt verstanden werden.“* (Pérez im Anhang).

Dieser Wendepunkt drückt sich u.a. auch darin aus, dass die Anfragen durch den Sender an den Jazzmusiker Pérez gestiegen sind. Aus kleineren wurden größere Aufträge. *„Ja, natürlich sind durch das Preisträgerkonzert und die anschließende Radiosendung einige Musikinteressierte auf mich aufmerksam geworden, die mich vorher nicht als Komponist wahrgenommen haben. Für mich hat sich zeitgleich eine weitere Tür geöffnet, indem ich in das Leitungsteam des Landesjugendjazzorchesters NRW aufgenommen wurde. Eine Tätigkeit, die enorm viel Spaß macht und mit vielen spannenden Reisen verbunden ist und für mich eine weitere sehr anerkennende Auszeichnung bedeutet. Es hat sich also Vieles sehr positiv entwickelt.“* (ebd.).

8.3.2 Preise im Bereich Wort

Auch im Bereich Wort ist der WDR an bedeutenden Preisen und Auszeichnungen beteiligt, die sowohl eine individuelle Künstlerförderung aber auch eine Marktförderung darstellen.

Deutscher Hörbuchpreis

Der Deutsche Hörbuchpreis wurde erstmals 2003 vom WDR vergeben. Träger des Hörbuchpreises ist der im Jahr 2006 gegründete Verein Deutscher Hörbuchpreis, dem neben dem WDR, der WDR mediagroup GmbH, das Nachrichtenmagazin FOCUS, der Börsenverein des Deutschen Buchhandels sowie die lit.COLOGNE angehören. Der Hörbuchpreis wird in sieben Kategorien vergeben:

- ♦ Bester Interpret,
- ♦ Beste Interpretin,
- ♦ Beste Fiktion,
- ♦ Beste Information,
- ♦ Bestes Kinderhörbuch,
- ♦ Beste verlegerische Leistung,
- ♦ Das Besondere Hörbuch (jährlich wechselnde Kategorie).

Der Deutsche Hörbuchpreis leistet einen wichtigen Beitrag zur besseren Wahrnehmung und Stärkung von Hörbüchern und damit zur Wortkultur insgesamt.

Salzburger Stier

Der WDR ist am Kabarettpreises „Salzburger Stier“ beteiligt, der von öffentlich-rechtlichen Radiosendern in Deutschland, in Österreich, in der Schweiz und in Südtirol vergeben wird. Sie zeichnen seit 1982 die jeweils besten Kabarettisten der beteiligten Länder aus. Dotiert ist der Preis mit je 6.000 Euro. Die Verleihung findet seit einigen Jahren nicht mehr ausschließlich in Salzburg statt, sondern wird nun von den beteiligten Sendern im Wechsel ausgerichtet. 2009 wurde Anna-Maria Scholz (Deutschland) sowie Manuel Stahlberger (Schweiz) und Joesi Prokopetz (Österreich) ausgezeichnet. Darüber hinaus schmücken so renommierte Künstler wie der Österreicher Josef Hader oder der deutsche Vorzeige Late-Night-Talker Harald Schmidt die lange Liste der Preisträger.

3sat Theaterpreis

In Zusammenarbeit mit 3sat und dem ZDF ist der WDR nun bereits zum 13. Mal an der Verleihung des „3sat Theaterpreises“ beteiligt. Einige ausgewählte Theaterinszenierungen, die mit dem Preis in Zusammenhang stehen, werden überdies bei 3sat ausgestrahlt. Die Verleihung ist eingebettet in das jährlich stattfindende Theaterreffen, das über die Inszenierungen hinaus ein umfangreiches Programm mit Raum für Diskussionen, Preisverleihungen, Konzerten, Partys bietet.

8.3.3 Preise im Bereich Fernsehen und Film

In der Kategorie Film und Fernsehen ist der WDR an so bedeutenden Preise wie dem „Deutschen Fernsehpreis“, dem „Deutschen Kamerapreis“ oder auch dem „PHOENIX Dokumentarfilmpreis“ und „PHOENIX Förderpreis“ und anderen beteiligt. Hier sollen zwei Preise, der Wettbewerb „kurz & schön“ sowie das „Gerd Ruge-Stipendium“, exemplarisch vorgestellt werden.

kurz & schön

Der Wettbewerb „kurz & schön“ wird von der Kunsthochschule für Medien Köln und dem WDR ausgelobt. Der Preis wurde im Jahr 2009 bereits zum 12. Mal vergeben. Ausgezeichnet werden „kurze Formate im Bereich der zeitbasierten Medien“. Der Preis dient der Förderung von Nachwuchstalenten und richtet sich daher an Studierende und Auszubildende in ganz Europa. Vergeben werden Preis im Gesamtwert von 25.000 Euro in den Kategorien:

- Werbespot, mit einer maximalen Länge von 100 Sekunden pro Beitrag bei Werbefilmen und maximal 3 Minuten bei Social Spots. Beworben werden können ein vorhandenes oder ein fiktives Produkt, eine Dienstleistung oder auch ein so-

ziales oder ökologisches Anliegen. Wichtig ist neben der Idee die professionelle ästhetische Umsetzung.

- Motion Design, hierzu gehören Corporate Design-Beiträge für TV-Sender mit einer Länge bis 100 Sekunden, On-Air-Promotion-Beiträge bis 100 Sekunden, Film-Vor- und Abspanne bis 2 Minuten, Trailer bis 2 Minuten.
- Kurzfilm mit Kurzgeschichten bis maximal 15 Minuten, Music-Clips, Tanz- und Experimentalfilme sowie Animationsfilme bis 5 Minuten.
- Mobile Miniaturen also Stories, Serien, Episoden für die mobile Nutzung (Mobisodes), Spiele, Information für Mobilfunk und Internet.
- Jährlich wechselnde Sonderkategorien des WDR.

Gerd Ruge Stipendium

Das Gerd Ruge Stipendium wird von der Filmstiftung NRW, an der der WDR beteiligt ist, verliehen. Für das Stipendium stehen 100.000 Euro zur Verfügung. Mit dem Stipendium sollen Dokumentarfilmer ein Kino-Projekt verwirklichen können. Den Jury-Vorsitz hat der Journalist Gerd Ruge, der für den WDR über Jahrzehnte bedeutende Fernsehreportagen gedreht hat.

8.3.4 Gesellschaftlich relevante Preise

Neben dem „CIVIS-Preis“, der sicherlich der bekannteste Preis ist, mit dem das gesellschaftliche Engagement des WDR zum Ausdruck kommt, werden noch weitere Preise vergeben, die die gesellschaftliche Verantwortung des WDR zeigen. Einige der Preise sollen vorgestellt werden.

Civis-Preis

Integration und kulturelle Vielfalt spielen auch beim Medienpreis „CIVIS“ und dem dazugehörigen „Young CIVIS media prize“ die zentrale Rolle. Der „CIVIS Preis“ ist unter kulturellen und ideellen Zielsetzungen für den WDR von herausgehobener Bedeutung. Ausgezeichnet werden Radio- und Fernsehjournalisten, denen es durch ihre Arbeiten gelingt, die Rezipienten für die Themen Integration und kulturelle Vielfalt zu sensibilisieren. Der erstmals 1987 vom WDR, der Freudenberg-Stiftung und der Beauftragten der Bundesregierung für Ausländerfragen an Journalisten vergebene Preis ist mit insgesamt 30.000 Euro dotiert. Seit 2004 ist der Träger des Preises eine Stiftung als gemeinnützige GmbH, deren Gesellschafter der WDR stellvertretend für die ARD, und die Freudenberg Stiftung sind. (Am Puls der Zeit 2005, 458).

Seit 2004 ist der „Young CIVIS media prize“, der sich an junge europäische Journalisten sowie Studierende und Absolventen der Film- und Medienhochschulen richtet, Bestandteil des „CIVIS Preises“. Die Gewinner erhalten wahlweise ein vierwöchiges Praktikum in einem europäischen Fernsehstudio der ARD oder ein Preisgeld in Höhe von 5.000 Euro. Der „CIVIS Preis“ umfasst dabei traditionell die Bereiche Hörfunk und Fernsehen. Ab 2010 wird er durch die Verleihung des „CIVIS Online Preises“ für journalistisch hervorragend aufgearbeitete Webseiten zum Thema kulturelle Vielfalt und Integration um ein weiteres wichtiges Informationsmedium erweitert. In seinem Grußwort hebt der Schirmherr Norbert Lammert, Präsident des Deutschen Bundestages, die Bedeutung des „CIVIS Preises“ hervor: *„... der ‚CIVIS Medienpreis‘ [fördert] seit mehr als zwei Jahrzehnten Verständnis und Verständigung zwischen Menschen unterschiedlicher Kulturen und Glaubensgemeinschaften in Europa durch diejenigen Medien, die das Bild der europäischen Gesellschaft heute am stärksten prägen: Radio und Fernsehen.“* (<http://www.civismedia.eu/tv/civis/01agenda00q.phtml>; Zugriff: 20.05.2009).

Wir sind Manager

Der Preis „Wir sind Manager“ stellt die teilnehmenden Jugendlichen von weiterführenden und berufsbildenden Schulen in NRW vor die Herausforderung, ein Konzert des WDR Rundfunkchors in eigener Regie auf die Beine zu stellen. Mit allem, was dazu gehört. Im Jahr 2009 wurde der Wettbewerb durch WDR 5 bereits zum vierten Mal ausgeschrieben. Zuvor musste ein Konzert der WDR Big Band organisiert werden. Nachdem die eingereichten Konzepte, die von der Teamvorstellung, über ein Kurzexposé der Konzeptidee, der Organisationsplanung bis hin zur Budgetierung genauestens geplant, gesichtet und bewertet wurden, erhalten die drei nominierten Schülergruppen ein Fachcoaching, bevor es für sie an die konkrete Umsetzung der Konzepte geht. Nach einer mehrmonatigen Umsetzungsphase werden die realisierten Projekte einer Jury vorgestellt, die dann die Gewinner kürt. Die Gruppen haben so die Möglichkeit, die Konzerte in ihren jeweiligen Heimatstädten zu organisieren.

Durch diese eigenverantwortliche Arbeit, die von Fachkräften des WDR unterstützt wird, lernen die Teilnehmer die Gestaltung von Konzertplakaten, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungsdisposition, Moderation und die Umsetzung grafischer Gestaltungskonzepte im Rahmen von musikalischen Großveranstaltungen (Ausschreibungsunterlagen „Wir sind Manager“ 2009). Ein zusätzlicher Effekt wird überdies sein, dass Jugendliche, die vielleicht ansonsten den Weg in ein klas-

sisches Konzert nicht suchen, an diese Art von Musik herangeführt werden und dadurch ein wichtiger Beitrag zur kulturellen Bildung geleistet wird.

ROOTS

Neben der kulturellen Bildung kommt auch die interkulturelle Bildung keineswegs zu kurz. Der jährlich stattfindende Wettbewerb „ROOTS“ richtet sich an Hauptschüler aus NRW. Sie werden dazu aufgerufen, ihre Herkunft und Familiengeschichte zu erforschen. Aus den besten Einsendungen werden mit den Jugendlichen Hörfunkbeiträge produziert, die anschließend ausgestrahlt werden. Im Jahr 2009 wurde u.a. Artur Schira, ein Kölner Hauptschüler, für die Schilderung seiner Familiengeschichte ausgezeichnet. Seine Familie, die ursprünglich aus Usbekistan stammt und nach einem „Zwischenstopp“ in der Ukraine nun in Deutschland lebt, wird so lebendig und ihre Geschichte für viele Menschen nachvollziehbar.

Wie wichtig diese Art der Auseinandersetzung mit der eigenen Geschichte für die Kinder und Jugendlichen sowie für ein sehr durch Zuwanderung geprägtes Bundesland ist, machte ROOTS-Schirmherr und NRW-Integrationsminister Armin Laschet (CDU) im Zuge der Preisverleihung im Jahre 2007 deutlich: *„Sie [die Menschen mit Zuwanderungsgeschichte] sind eine Bereicherung für unser Land, weil sie etwas mitbringen: Geschichten aus ihren Heimatländern, die nicht vergessen werden sollten.“* (<http://www.koeln-nachrichten.de/gesellschaft/ehrungen/wdr-funkhaus-europadrei-hauptschueler-gewinnen-wettbewerb-roots.html>). Als Preis winken ein Musik- oder Hörfunk-Workshop sowie die Gelegenheit, einen Blick hinter die Kulissen von Funkhaus Europa werfen zu können. – Die Wettbewerbe „Wir sind Manager“ und „Roots“ werden 2010 nicht fortgesetzt.

Kinderrechte-Preis

„Kinderthemen“ stehen auch beim „Kinderrechte-Preis“ im Vordergrund. Ausgezeichnete Projekte von Jung und Alt zum Thema „Umsetzung der UN-Konvention über die Rechte des Kindes“ werden seit 1998 alle zwei Jahre mit insgesamt 5.500 Euro gewürdigt. *„Ziel ist es“,* so Hörfunkdirektor Wolfgang Schmitz, *„die öffentliche Diskussion über die UN-Konvention zu beleben und vorbildliche Anstrengungen zur Umsetzung der Kinderrechte zu würdigen und bekannt zu machen. [...] Damit die Informationen darüber hinaus von möglichst vielen genutzt werden können, werden Kurzbeschreibungen und Kontaktadressen der interessantesten Bewerbungen in einer kostenlosen Broschüre zusammengefasst, die beim WDR angefordert werden kann.“* (<http://www.wdr.de/radio/home/kinderrechte>).

8.4 Medienpädagogische Aktivitäten des WDR

Seit den 1970er Jahren erlangten Theorien zur Medienkompetenz zunehmend an Bedeutung. Den Maßstab für alle medienpädagogischen Untersuchungen auf diesem Feld setzte der an der Universität Bielefeld als Erziehungswissenschaftler lehrende Dieter Baacke. Baacke führte die vier Dimensionen der Medienkompetenz ein: Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung (Baacke 1999).

Digitalisierung bedeutet nicht allein neue Herausforderungen für die Urheber und Anbieter von Werken im Netz. Mindestens ebenso wichtig ist die richtige Nutzung dessen, was angeboten wird. Die neuen Möglichkeiten der Produktion, Distribution und Nutzung audiovisueller Inhalte konfrontieren ebenso die Konsumenten mit veränderten Inhalten. Diese Herausforderungen gilt es zu begleiten. Nutzer sollten nicht sich selbst überlassen werden. Besonders Kinder und die so genannten „Silver Surfer“, Senioren, die das Internet nutzen, sollten in ihrer Nutzung zeitweise begleitet werden.

Der WDR hat sich der Aufgabe, Medienkompetenz zu vermitteln, angenommen. Er engagiert sich auf mehreren Ebenen für die Schulung der Medienkompetenz bei Multiplikatoren wie bei Kindern und Jugendlichen. Dies geschieht sowohl vor Ort in den Schulen und Bildungseinrichtungen sowie im Sender. Angeboten werden Führungen durch das Funkhaus, Fortbildungen, Schulungsmaterial, Unterrichtsgestaltung, in Zusammenarbeit mit renommierten Partnern der Medienbildung konzipierte Arbeitsbücher, Informationsveranstaltungen für Schüler zu Medienberufen und vieles mehr. Der Schwerpunkt seiner Aktivitäten liegt hier auf den Kindern und Jugendlichen vom Kindergartenalter bis zur Sekundarstufe II. (WDR Medienkompetenz vermitteln 2008).

Planet Schule

Mit dem Internetangebot www.planet-schule.de geht der WDR zusätzlich zum Schulfernsehen¹¹⁷ seit 2001 neue Wege. Auf den dortigen Seiten finden sich Informationen zu Inhalten, Sendeplätzen und Lernzielen nebst Suchfunktion. Des Weiteren besteht für die Nutzer Zugriff auf zahlreiche Sendungen sowie entsprechendes Begleitmaterial. Lehrer können sich für ihre Unterrichtsfächer Sendetermine von Sendungen anzeigen lassen, die zur Vorbereitung oder zur Nutzung im Unterricht in Frage kommen. Zurückgegriffen werden kann dabei auf Formate des Fernsehens, des Radios und des Internets. Zusätzlich zur Bereitstellung von Unter-

117 Das Schulfernsehen wird von der Programmgruppe Religion und Bildung produziert.

richtsmaterialien bietet der WDR – wie auch der SWR, denn das Portal ist ein gemeinschaftlicher Service – kostenlose medienpädagogische Fortbildungen an. Zielgruppe der Angebote sind vor allem Lehrer, Erzieher, Fachleiter und so genannte Kompetenzteams der Schulen sowie Studienseminare. In Abstimmung mit den Bedürfnissen der Teilnehmer werden während der Fortbildung zielgerechte Konzepte zur Anwendung des Film- und Begleitmaterials im Unterricht und zum Ausbau der Lern- und Medienkompetenzen der Schüler gemeinsam entwickelt. Direkt in den Schulen halten die Referenten des WDR die Fortbildungsmaßnahmen ab. Im Anschluss an einen Überblick über Planet Schule können sich die Teilnehmer über den Einsatz von Planet Schule in einzelnen Fachbereichen an ausgewählten Beispielen für eigenständiges Lernen informieren.

Die regelmäßig stattfindenden Medienpädagogischen Tage bieten für die angeführte Zielgruppe eine weitere Möglichkeit, um sich in Medienkompetenz schulen zu lassen. Dieses Angebot beinhaltet zum einen die Teilnahme an einem Seminar, bei dem die medienpädagogischen Konzepte des WDR erläutert und gewünschte Inhalte besprochen werden. Zum anderen wird es den Fortzubildenden ermöglicht, im Zuge einer Führung durch das Funkhaus einen Blick hinter die Kulissen zu werfen. Durch diese Angebote leistet der WDR einen wichtigen wie notwendigen Beitrag zur Förderung der Medienkompetenz. Er gewährleistet die Integration der Medienbildung in die Erzieherfortbildung und berücksichtigt dabei nicht nur ältere Kinder und Jugendliche, sondern legt ebensolchen Wert auf die Elementarerziehung.

Neben den medienpädagogischen Schulungen für Erzieher und der Plattform www.planet-schule.de richten sich Angebote auch direkt an Kinder und Jugendliche. Das multimediale Bildungsfernsehen hält unter dem Gesichtspunkt der Medienkompetenz einiges für die jüngere Zielgruppe bereit. Für Fragen von Grundschulkindern nach der Arbeitsweise und nach Programmen des WDR ist während einer Erlebnistour durch den WDR genug Raum. Und auch ältere Schüler kommen auf ihre Kosten, wie zum Beispiel bei einem Gespräch mit Moderatoren von 1LIVE. Der Sender fördert auf diese Weise den kreativen Umgang von Kindern und Jugendlichen mit Medien. Anhand solcher Veranstaltungen entwickeln Kinder und Jugendliche nicht nur ein Gefühl für den richtigen Umgang mit Medien, sondern entdecken auch Interesse an dem Berufsfeld. Da Medienkompetenz auch den zukünftigen beruflichen Umgang einschließt, erhalten Schüler, die kurz vor ihrem Schulabschluss stehen, die Möglichkeit, sich bei Informationsveranstaltungen im Rahmen der WDR-Lehrstellenaktion über Medienberufe zu informieren.

Lernzeit

Unter www.lernzeit.de finden die Nutzer (November 2009) die Wissensplattform¹¹⁸ des WDR. Sie ist gegliedert in WDR Wissen, Junges Wissen und Kinder Wissen. Hier werden sowohl bei „WDR Wissen“ als auch bei „Junges Wissen“ Beiträge aus Hörfunk und Fernsehen zu folgenden Themen gebündelt:

- ♦ Geschichte
- ♦ Gesundheit
- ♦ Kultur/Religion
- ♦ Länder/Völker
- ♦ Medien
- ♦ Natur/Umwelt
- ♦ Naturwissenschaft
- ♦ Politik/Wirtschaft
- ♦ Schule/Beruf
- ♦ Sport/Freizeit

Wird beispielsweise der Themenbereich Kultur/Wissenschaft geöffnet, finden sich Beiträge zu den Sparten: Architektur, Film, Literatur, Malerei, Musik, Religion, Kunst und Theater. Unter Medien versammeln sich Sendungen zu: Büchern, Computer/Internet, Fernsehen, Medienkompetenz, Presse und Radio.

„Kinder Wissen“ gliedert sich in die Themenbereiche:

- ♦ Computer/Internet
- ♦ Länder/Geschichte
- ♦ Mensch/Körper
- ♦ Tiere/Pflanzen
- ♦ Umwelt/Technik

Mit der Plattform „Lernzeit“ kann der WDR seine gesamte Palette an Sendungen und einzelnen Beiträgen zu den verschiedensten Bereichen zur Verfügung stellen. Die Plattform leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur Erfüllung des Informations- und Bildungsauftrags des WDR. Hier zeigt sich zugleich die Bedeutung der angemessenen Vergütung für die Nutzung von Beiträgen, die von freien Mitarbei-

118 Lernzeit ist Teil des trimedialen Angebots von www.wissen.WDR.de.

tern oder Produzenten erstellt werden. Gesellschaftlich sinnvoll ist die breite Zurverfügungstellung der Inhalte, genauso erforderlich ist die angemessene Vergütung.

Weitere Maßnahmen zur Vermittlung von Medienkompetenz

Hören, sehen und verstehen sind wichtige Parameter bei der Vermittlung von Medienkompetenz. Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf die Sprachförderung gelegt. Zur Sprachförderung von Vorschulkindern, hier unter besonderer Berücksichtigung der Kinder mit Migrationshintergrund, wurde eigens mit Sprachforschern die „Sendung mit dem Elefanten“ entwickelt, die werktags vormittags im Ki.Ka ausgestrahlt und im WDR Fernsehen wiederholt wird. Die Lach- und Sachgeschichten für Fernsehanfänger, so der Untertitel, werden seit September 2007 ausgestrahlt und sind nach dem Vorbild der bekannten „Sendung mit der Maus“ entstanden. Hier werden Themen behandelt, die dem Interessen- und Entwicklungsstand der Drei- bis Sechsjährigen entsprechen. Zum Teil werden einzelne Episoden auf Englisch gezeigt, um so die jüngsten Zuschauer an die erste Fremdsprache heranzuführen. Ergänzend zu diesem Angebot haben Vorschulkinder die Möglichkeit, das WDR-Onlineangebot „Die Seite mit dem Elefanten“ zu nutzen, dort können *„Kinder spielerisch die Welt des Internets entdecken und erste Erfahrungen im Umgang mit dem Computer machen.“* (<http://www.wdrmaus.de/elefantenseite/index.php5>).

Am nachhaltigsten geschieht die Vermittlung von Inhalten durch die aktive Mitgestaltung. So wird Kindern und Jugendlichen zum Beispiel die Möglichkeit gegeben, selbst Radio zu machen und die Kindernachrichten live einzusprechen. Bestes Beispiel ist „Lilipuz macht Schule“ mit wöchentlichen Mitmachsendungen in Grundschulen. Anhand der dargestellten Angebote soll gewährleistet werden, dass Kinder und Jugendliche, die viel Zeit mit Medien verbringen, lernen, sinnvoll und kritisch mit Medien umzugehen.

Vermittlung von Medienkompetenz hängt unmittelbar mit Jugendschutz zusammen. Der WDR hat den Jugendmedienschutz in seinen Hörfunk-, Fernseh- und Onlineangeboten fest verankert. Die Angebote werden diesbezüglich fortlaufend geprüft. Eine Bilanz des Jugendmedienschutzes wird jährlich von dem Jugendschutzbeauftragten des WDR herausgegeben. Im Jahresbericht 2007 wurde als Ergebnis festgehalten: *die „Aktivitäten bei der Vermittlung von Medienkompetenz für Alt und Jung dürfen nicht nachlassen, im Gegenteil. In einer Zeit, in der es leichter ist, jede Art von Gewaltdarstellung und Pornografie in den Medien zu finden als ihnen auszuweichen, müssen unsere Programmangebote eine klare Alternative dazu bieten.“* Im Bereich Jugendschutz und Medienkompetenz wurde 2007 die AG Medienkompetenz unter der Leitung der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit eingerichtet, deren Aufgabe darin

besteht, die bestehenden medienpädagogischen Aktivitäten im WDR zu vernetzen, um so die vorhandenen Ressourcen besser nutzen zu können, eine außenwirksamere Kommunikation zu gewährleisten und um neue Projekte anzustoßen (Jahresbericht 2007, 13). Der WDR als Anbieter von Medieninhalten trägt folglich der Forderung der Politik Rechnung und nimmt seine Verantwortung im Bereich der Vermittlung von Medienkompetenz ernst.

8.5 WDR-Lehrstellenaktion

Wie bereits dargestellt, engagiert sich der WDR in der Ausbildung junger Menschen und zwar sowohl im Dualen Bildungssystem als auch bei Volontären und Trainees. Darüber hinaus hilft er mit der WDR-Lehrstellenaktion bei der Vermittlung von Ausbildungsplätzen. In Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit veranstaltet WDR 2 in Zusammenarbeit mit 1LIVE und den „Lokalzeit(en)“ die jährlich stattfindende „WDR-Lehrstellenaktion“. Genutzt werden dabei die Plattformen Radio, Fernsehen und Internet.

Seit 14 Jahren bemüht sich WDR 2 darum, Lehrstellensuchende zu vermitteln. Seit vier Jahren beteiligt sich 1LIVE an der Lehrstellenaktion. Im WDR Fernsehen werden in den elf „Lokalzeit(en)“ regelmäßig freie Ausbildungsplätze und Ausbildungsplatzsuchende vorgestellt. Neben den Programmaktionen in den „herkömmlichen“ Medien bieten die Internetseiten des WDR natürlich auch Entsprechendes an. Unter <http://www.wdr-lehrstellenaktion.de/radio/lehrstellen/> können sich interessierte Personen wie Unternehmen über unterschiedliche Themen rund um die Ausbildung informieren.

Zu den Angeboten gehört unter anderem ein umfangreicher Serviceteil, der sich maßgeblich an die Jugendlichen richtet. Der Ausbildungsplatzsuchende erhält zum Beispiel hilfreiche Tipps zur Erstellung einer aussagekräftigen Bewerbung oder dazu, wie man sich bestmöglich bei einem Vorstellungsgespräch präsentiert. Nach eigenen Angaben des WDR suchten im Jahr 2007 mehr als 14.000 Jugendliche über diese Plattform nach einem Ausbildungsplatz. Mehr als 11.000 freie Ausbildungsplätze konnten erfolgreich „vermittelt“ werden (http://www.wdr.de/unternehmen/presrelounge/pressemitteilungen/2008/04/20080408_lehrstellenaktion.phtml).

Diese sehr erfolgreiche Lehrstellenaktion ist nun durch die Vorgaben des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags gefährdet. Öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind so genannte Stellenbörsen untersagt. Die WDR-Lehrstellenaktion wird als eine solche Stellenbörse klassifiziert und darf im strengen Sinne nicht mehr im

Internet angeboten werden. Da aber gerade für junge Menschen das Internet das wesentliche Informationsmedium ist und das Internet überdies die Vorzüge von zahlreichen Zusatzinformationen bieten kann, wird hier möglicherweise eine äußerst sinnvolle und nutzbringende Initiative des öffentlich-rechtlichen Rundfunks unterbunden.

Verzeichnisse

9 VERZEICHNISSE

9.1 Abbildungsverzeichnis

Diagramm 1 Entwicklung der Rundfunkgebühren in den Jahren 1988 bis 2009	91
Diagramm 2 Prozentuale Zusammensetzung der Erträge des WDR in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009	93
Diagramm 3 Soll-Erträge des WDR in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009	93
Diagramm 4 Soll-Aufwendungen des WDR in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009	97
Diagramm 5 Vergleich der Soll-Erträge und der Soll-Aufwendungen in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009	99
Diagramm 6 Prozentualer Anteil der direkten Aufwendungen Hörfunk an den Gesamtaufwendungen des WDR in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009	100
Diagramm 7 Sachaufwendungen Hörfunk in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009	102
Diagramm 8 Sachaufwendungen der Hörfunkwellen in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009	104

Diagramm 9

Aufwendungen der Programmgruppe Wort und der Programmgruppe Musik von WDR 3 in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 106

Diagramm 10

Aufwendungen für die WDR Klangkörper in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 109

Diagramm 11

Prozentualer Anteil der direkten Aufwendungen Fernsehen an den Gesamtaufwendungen in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 110

Diagramm 12

Sachaufwendungen Fernsehen in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 112

Diagramm 13

Aufwendungen im Programmbereich Politik und Zeitgeschehen in den Jahren 1994 bis 2009 116

Diagramm 14

Aufwendungen für Fernsehfilm und Kino bzw. Reihen und Serien sowie Gesamtaufwendungen der Programmgruppe Fernsehfilm und Kino in den Jahren 1994 bis 2009 118

Diagramm 15

Vergleich der Anzahl der Unternehmen der Film- und Fernseh- wirtschaft NRW mit den Umsätzen dieser Branche in den Jahren 2000, 2002, 2004 und 2005 120

Diagramm 16

Aufwendungen des Programmbereichs Kultur und Wissenschaft gesamt in den Jahren 1994 bis 2009 121

Diagramm 17

Aufwendungen der Programmgruppe Kultur in den Jahren 1994 bis 2009 122

Diagramm 18

Aufwendungen der Programmgruppe Dokumentationen/Gesellschaft
in den Jahren 1994 bis 2009 123

Diagramm 19

Aufwendungen für die Landesprogramme
in den Jahren 1994 bis 2009 125

Diagramm 20

Aufwendungen des Programmbereichs Unterhaltung,
Familie und Kinder in den Jahren 1994 bis 2009 126

Diagramm 21

Aufwendungen für die Zulieferung des WDR zu arte, 3sat,
Ki.Ka und einsfestival in den Jahren 1994 bis 2009 128

Diagramm 22

Aufwendungen für das Personal in den Jahren 1994, 1999, 2004,
2007, 2008 und 2009 129

Diagramm 23

Aufwendungen für Urheber- und Leistungsvergütungen
in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 131

Diagramm 24

Anzahl der selbständigen Journalisten sowie Bühnen-, Film- und
Rundfunkkünstler in NRW in den Jahren 2000, 2002, 2004 und 2005 132

Diagramm 25

Aufwendungen des WDR für GEMA und GVL
in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 134

Diagramm 26

Erträge der ARD-Anstalten in den Jahren 2003 bis 2008 140

Diagramm 27

Anteil der Programmgemeinschaftsaufgaben und Koproduktionen
an den Gesamtaufwendungen von BR, NDR, SWR und WDR
in den Jahren 2002 bis 2008 141

Diagramm 28

Anteil der Urheber-, Leistungs- und Herstellervergütungen
an den Gesamtaufwendungen des BR, NDR, SWR und WDR
in den Jahren 2002 bis 2008 142

Diagramm 29

Anteil der Personalaufwendungen an den Gesamtaufwendungen
des BR, NDR, SWR und WDR in den Jahren 2002 bis 2008 143

Diagramm 30

Entwicklung der WDR-Planstellen in den Jahren 1994, 1999, 2004,
2007, 2008 und 2009 150

Diagramm 31

Entwicklung der Mitarbeiterzahl gesamt und der Zahl
der Teilzeitbeschäftigten in den Jahren 1995 bis 2008 151

Diagramm 32

Anteil von Frauen und Männern an den Beschäftigten
des WDR in den Jahren 1994 bis 2007 158

Diagramm 33

Vergleich des Frauenanteils in den Vergütungsgruppen IV
bis außertariflich im WDR in den Jahren 1997 und 2007 159

Diagramm 34

Auszubildende nach dem Berufsbildungsgesetz
in den Jahren 2001 bis 2009 162

Diagramm 35

Anteil der Auszubildenden nach dem BBiG an den besetzten Planstellen
beim NDR, SWR und WDR in Jahren 2003 bis 2007 163

Diagramm 36

Volontäre und Trainees beim NDR, SWR und WDR
in den Jahren 2003 bis 2007 166

Diagramm 37	
Gesamtkosten der Aus-, Fort- und Weiterbildung im WDR in den Jahren 2003 bis 2007	170
Diagramm 38	
Anzahl der arbeitnehmerähnlichen Personen beim WDR in den Jahren 1993, 1995, 2000, 2005, 2007 und 2008	173
Diagramm 39	
Kulturanteile im Programm vom WDR Fernsehen	182
Diagramm 40	
Kulturanteil von 11 Ausgaben der Sendung „Lokalzeit“	187
Diagramm 41	
Kulturanteil in Einsfestival	192
Diagramm 42	
Kulturanteil im WDR Hörfunk	195
Diagramm 43	
Kulturanteile der verschiedenen Hörfunkprogramme des WDR	197
Diagramm 44	
Differenzierung der Kulturanteile im Hörfunkprogramm nach weitem, mittlerem und engem Kulturbegriff	201
Diagramm 45	
Anteile von Wort und Musik an den Sendungen und Beiträgen des weiten, mittleren und engen Kulturbegriffs	202
Diagramm 46	
Musikanteile des weiten und des engen Kulturbegriffs in den verschiedenen Hörfunkprogrammen	203
Diagramm 47	
Reichweiten des BR-, NDR-, SWR- und WDR-Hörfunks im Sendegebiet und national laut Medienanalyse 2009/I	210

Diagramm 48

Reichweiten der Kulturwellen des BR-, NDR-, SWR-
und WDR-Hörfunks sowie von Deutschlandradio 212

Diagramm 49

Vergleich des Radiohörens und des Hörens von Tonträgern i.w.S.
in verschiedenen Alterskohorten 221

Diagramm 50

Regionale Aufteilung der Konzerte der WDR Klangkörper
2006 bis 2008 227

Diagramm 51

Durchschnittshonorare für Kompositionsaufträge des WDR
für Ernste Musik sowie für Hörspiel oder Jazz
in den Jahren 2000, 2006, 2007 und 2008 233

Diagramm 52

Honorare für Arrangementaufträge des WDR
in den Jahren 2000, 2006, 2007 und 2008 234

Diagramm 53

Gesendete Hörspiele im BR-Hörfunk, NDR-Hörfunk, SWR-Hörfunk
und WDR-Hörfunk im Jahr 2007 239

Diagramm 54

Anteil der Uraufführungen an den gesendeten Hörspielen im BR-Hörfunk,
NDR-Hörfunk, SWR-Hörfunk, WDR-Hörfunk im Jahr 2007 240

Diagramm 55

Anzahl der Sendungen von ARD, RTL und ZDF unter den Top Ten
der Unterhaltungssendungen im Fernsehen 257

Diagramm 56

Anzahl der Fernsehfilmreihen und -serien von ARD, RTL und ZDF
unter den Top Ten 259

Diagramm 57

Entwicklung der Marktanteile der Dritten Programme
von BR, NDR, SWR und WDR in den Jahren 2003 bis 2008 261

Diagramm 58

Anzahl der Verträge für Auftrags- und Koproduktionen
sowie Lizenzen des WDR in den Jahren 2001 bis 2006 269

Diagramm 59

Regionale Verteilung der Verträge mit Fernsehproduzenten
in den Jahren 1989, 1994, 2004, 2005, 2006 und 2007 270

Diagramm 60

Aufwendungen für Koproduktionen mit anderen
öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in den Jahren
1994, 1999, 2003, 2004, 2005, 2006 und 2007 276

Diagramm 61

Vertragsvorlagen für Kino-Fernsehproduktionen
in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2005, 2006 und 2007 277

Diagramm 62

Anteile der Programmbereiche Politik und Zeitgeschehen,
Kultur und Wissenschaft, Fernsehspiel und Unterhaltung an den
Kino-Fernsehproduktionen in den Jahren 2004 bis 2007 278

Diagramm 63

Entwicklung der Durchschnittsminutenpreise für Auftrags- und
Koproduktionen sowie für Lizenzen in den Jahren 2001 bis 2006 280

Diagramm 64

Anteil der Anstaltsbeiträge und Anteil der Gemeinschaftssendungen
in Das Erste in den Jahren 2001 bis 2008 282

Diagramm 65

Aufwendungen des WDR für die Degeto 284

Diagramm 66

Vergleich der Auszeichnungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und der privat-kommerziellen Rundfunkunternehmen mit dem Deutschen Fernsehpreis 1999 bis 2009 287

Diagramm 67

Auszeichnung des ZDF, der ARD und davon des WDR mit dem Deutschen Fernsehpreis 1999 bis 2009 288

Diagramm 68

Auszeichnung privater Rundfunkunternehmen und öffentlich-rechtlicher Rundfunksender mit dem Adolf-Grimme-Preis 2004 bis 2009 289

Diagramm 69

Auszeichnung des ZDF, der ARD und davon des WDR mit dem Adolf-Grimme-Preis 2004 bis 2009 290

Diagramm 70

Orte mit mehr als fünf Veranstaltungen des WDR-Hörfunks in den Jahren 2004 und 2007 304

Diagramm 71

Bereicherung des Kulturangebots vor Ort durch den WDR 306

Diagramm 72

Einplanung von WDR-Veranstaltungen in das Jahresveranstaltungsprogramm 308

9.2 Tabellenverzeichnis

Table 1

Prozentuale Aufwendungen nach Aufwandsbestandteilen
in den Jahren 1994, 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 95

Table 2

Aufwendungen WDR 3 nach Programmgruppen
in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 105

Table 3

Aufwendungen der Programm- und Redaktionsgruppen von WDR 5
in den Jahren 1999, 2004, 2007, 2008 und 2009 107

Table 4

Anteil der Aufwendungen der Programmbereiche bzw. -gruppen
an den Sachaufwendungen Fernsehen 114

Table 5

Differenzierung der Kulturanteile der Kulturmagazine
auf Einsfestival in Minuten (27.10.–02.11.2008) 194

Table 6

Kulturanteil im Hörfunk von BR, NDR, SWR und WDR 205

Table 7

Kulturanteil in den Dritten Programmen
von BR, NDR/RB, SWR/SR und WDR 206

Table 8

Reichweiten der ARD-Kulturradios im Sendegebiet (%)
und national (Mio. Zuhörer) 211

Table 9

Top Ten der Hörfunkprogramme 2008 (öffentlich-rechtliche Rundfunk-
anstalten und privat-kommerzielle Sender) 213

Tabelle 10	
Konzerte der WDR Klangkörper 2006–2008	226
Tabelle 11	
Veranstaltungen der einzelnen WDR Klangkörper nach Orten (2006–2008)	228
Tabelle 12	
Übersicht über Konzerte von Klangkörpern ausgewählter ARD-Anstalten im Jahr 2007	229
Tabelle 13	
Kompositionsaufträge des WDR in den Jahren 2000, 2006, 2007 und 2008	231
Tabelle 14	
Aktuelle Programmplätze für Hörspiele im WDR (2009)	237
Tabelle 15	
Aktuelle Programmplätze für Features im WDR (2009)	244
Tabelle 16	
Anzahl der Verträge mit Produzenten aus NRW, dem Bundesgebiet und dem Ausland mit einem Volumen über 1 Mio. Euro, über 500 T Euro, über 250 T Euro, über 150 T Euro in den Jahren 2004 bis 2007	273
Tabelle 17	
Anteile Aufträge an NRW-Produzenten in den Programmbereichen Politik/Zeitgeschehen, Kultur/Wissenschaft, Fernsehspiel/Unterhaltung, Landesprogramme in den Jahren 1994, 1999, 2004 und 2007	275
Tabelle 18	
Anteile von BR, NDR, SWR und WDR an den Anstaltsbeiträgen zu Das Erste in den Jahren 2001 bis 2008	283
Tabelle 19	
Kinoproduktionen des BR, des NDR, des SWR und des WDR mit Kinostart 2006 und 2007	285

Tabelle 20

Vergleich der Veranstaltungen des WDR
im Jahr 2001 und 2008 aufgeschlüsselt nach Eventtypen 295

Tabelle 21

Jazz-Veranstaltungen des WDR 303

9.3 Literaturverzeichnis

9.3.1 Verwendete Literatur

- 16. Bericht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs. Mainz 2008
- Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) 2007.
- Alles WDR. Kultur, Wirtschaft und Technologie (1999): Hg. v. WDR. Köln.
- Am Puls der Zeit. 50 Jahre WDR (2006): Hg. v. WDR. Band 1: Die Vorläufer 1924–1955. Köln.
- Am Puls der Zeit. 50 Jahre WDR (2006): Hg. v. WDR. Band 2: Der Sender: Weltweit nah dran 1956–1985. Köln.
- Am Puls der Zeit. 50 Jahre WDR (2006): Hg. v. WDR. Band 3. Der Sender im Wettbewerb 1985–2005. Köln.
- Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW (1992): Dynamik der Kulturwirtschaft. 1. Kulturwirtschaftsbericht NRW. Hg. v. Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Technologie des Landes Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf.
- Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaft NRW (2007): 5. Kulturwirtschaftsbericht Nordrhein-Westfalen. Kultur- und Kreativwirtschaft. Wettbewerb – Märkte – Innovationen. Hg. v. Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf.
- ARCCult (1992): Dynamik der Kulturwirtschaft Nordrhein-Westfalen im Vergleich. 1. Kulturwirtschaftsbericht 1991/1992. Bonn.
- ARD-Jahrbuch 02. Hg. v. d. Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland unter Mitwirkung der ARD-Werbung. Hamburg 2002.
- ARD-Jahrbuch 03. Hg. v. d. Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland unter Mitwirkung der ARD-Werbung. Hamburg 2003.

- ARD-Jahrbuch 04. Hg. v.d. Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland unter Mitwirkung der ARD-Werbung. Hamburg 2004.
- ARD-Jahrbuch 05. Hg. v.d. Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland unter Mitwirkung der ARD-Werbung. Hamburg 2005.
- ARD-Jahrbuch 06. Hg. v.d. Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland unter Mitwirkung der ARD-Werbung. Hamburg 2006.
- ARD-Jahrbuch 07. Hg. v.d. Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland unter Mitwirkung der ARD-Werbung. Hamburg 2007.
- ARD-Jahrbuch 08. Hg. v.d. Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland unter Mitwirkung der ARD-Werbung. Hamburg 2008.
- ARD-Jahrbuch 09. Hg. v.d. Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland unter Mitwirkung der ARD-Werbung. Hamburg 2009.
- ARD-ZDF-Onlinestudie (2008).
- Baacke, Dieter (1999): Was ist Medienkompetenz? In: Jürgen Lauffer/Renate Röllecke (Hg.). Mit Medien bilden. Der Seh-Sinn in der Medienpädagogik. Konzepte – Projekte – Positionen. Handbuch 3, S. 202–203.
- Baacke, Dieter (2007): Was ist Medienkompetenz? In: Jürgen Lauffer, Renate Röllecke (Hg.): Mediale Sozialisation und Bildung. Methoden und Konzepte medienpädagogischer Arbeit. Bielefeld.
- Bäßler, Kristin/Fuchs, Max/Schulz, Gabriele/Zimmermann, Olaf (2009): Kulturelle Bildung: Aufgaben im Wandel. Hrsg. v. Deutschen Kulturrat. Berlin.

- Beck, Kurt (2009): Orientierung in der Medienflut. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Berlin, Regensburg, S. 15
- Becker, Wolfgang (2005): Das Radio der Zukunft – in NRW und anderswo. In: Dokumenten-Band zum ersten Bericht des Medienrates, Hg. v. der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Düsseldorf, S. 73–103.
- Boudgoust, Peter (2008): „Und jeder geht zufrieden aus dem Haus“. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die Digitalisierung. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Berlin, Regensburg, S. 26.
- Boudgoust, Peter (2008): Regional – National – Digital. In: Ralf Kaufmann/Veit Siegenheim/Insa Sjurts (Hg.), *Auslaufmodell Fernsehen? Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt*, Wiesbaden, S. 135–145.
- Brinkmann, Annette/Wiesand, Andreas Joh. (2001): *Frauen im Kultur- und Medienbetrieb III. Fakten zu Berufssituation und Qualifizierung*. Hrsg. von Annette Brinkmann und Andreas Joh. Wiesand. Bonn (kultur&wissenschaft 19).
- Bündnis 90/Die Grünen (2008): *Beschluss des Länderrats. Medienwelt im Umbruch: Rundfunk im digitalen Zeitalter – Grüne für mehr Qualität und Vielfalt*. Berlin.
- Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigungsstatistik, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte – Zeitreihen ab Juni 1999, Nürnberg 2009.
- Burggraf, Jürgen (2008): *Betrachtungen aus der Brüsseler Halbdistanz. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk zwischen deutscher Detailversessenheit und neuen Weichenstellungen der Europäischen Kommission*. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Berlin, Regensburg, S. 18.
- Deutscher Bundestag (Kulturenquete 2007): *Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ (Drucksache 16/7000)*.
- Deutscher Kulturrat. *Stellungnahme vom 07.01.2009. Kulturelle Bildung in der Schule*. Berlin.

- Deutscher Kulturrat. Stellungnahme vom 11.12.2008. Digitalisierung der Medien als Herausforderung für Gesellschaft und Politik. Berlin.
- Deutscher Kulturrat. Stellungnahme vom 12.12.2008. Kultur- und Kreativwirtschaft: Zukunftsweisendes Handlungsfeld im Schnittpunkt verschiedener Politikfelder. Berlin.
- Deutscher Kulturrat. Stellungnahme vom 17.04.2008. Kultur-Enquete: Starkes Urheberrecht ist für den Kulturbereich unerlässlich! Berlin.
- Deutscher Kulturrat. Stellungnahme vom 25.11.2008. EU-Grünbuch „Urheberrechte in der wissensbestimmten Wirtschaft“ (KOM (2008) 466/3). Berlin.
- Deutscher Kulturrat. Stellungnahme vom 29.09.2004. Kultur als Daseinsvorsorge! Stellungnahme des Deutschen Kulturrates. Berlin.
- Dörr, Dieter (2008): Chancen und Risiken. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die Digitalisierung. In: *puk-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Berlin, Regensburg, S. 22.
- Eichel, Manfred (2008): Flockige Mainstream-Mischung. Über den Umgang mit Kultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und Fernsehen. In: *puk-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Berlin, Regensburg, S. 29.
- FOCUS 2003, Nr. 24, 154. Röhl, Iris. 40 Millionen Zwangs-Mäzene. Die Gebührenzahler finanzieren das gigantische Orchesterimperium der ARD [abrufbar über: http://www.focus.de/kultur/medien/rundfunk-40-millionen-zwangs-maezene_aid_197924.html; Zugriff: 15.05.2009]
- Fohrbeck, Karla/Wiesand Andreas Joh. (1989): Der WDR als Kultur- und Wirtschaftsfaktor. Köln.
- Gersdorf, Hubertus (2009): Rundfunk als Kultur- und Wirtschaftsgut. In: *puk-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Berlin, Regensburg.
- Göschel, Albrecht (1991): Die Ungleichzeitigkeit in der Kultur. Wandel des Kulturbegriffs in vier Generationen. Berlin u.a. 1991.

- Heinen, Helmut (2008): Die Diskussion fängt gerade erst an. In: *puk-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Berlin, Regensburg, S. 20–21.
- Herkel, Günter (2008): Neue Akteure im Mediengeschäft. Von Telekommunikationsunternehmen zu PrivateEquitys. In: *puk-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Berlin, Regensburg, S. 23.
- Herkel, Günter im Gespräch mit Wolfgang Hoffmann-Riem (2008): Medienfreiheit ist dienende Freiheit. In: *puk-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Berlin, Regensburg, S. 21.
- Herres, Volker (2009): Qualität in allen Genres. In: *politik und kultur*. Zeitung des Deutschen Kulturrates. Ausg. Juli–August. Berlin, S. 1–2.
- Hieronymi, Ruth (2008): Weichenstellung für europäische audiovisuelle Politik. In: *promedia 1/08*, S. 13–14.
- Hieronymi, Ruth (2009): Wechselwirkung zwischen Technologie- und Rundfunkpolitik. Herausforderungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. In: *puk-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Berlin, Regensburg, S. 14.
- Hillmoth, Hans-Dieter (2008): Zur digitalen Zukunft des Radios. In: *puk-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Berlin, Regensburg, S. 23.
- Hummel, Marlies/Berger, Manfred (1988): Die volkswirtschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur. Berlin.
- Janke, Hans (2008): Über fernsehkulturelle Qualitätsansprüche. In: *puk-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Berlin, Regensburg, S. 31.
- Keuchel, Susanne/Wiesand, Andreas Joh. (2008): Kulturbarometer 50+ – zwischen Bach und Blues. Eine bundesweite Bevölkerungsumfrage. Bonn.
- Kroes, Nelie (2009): Staatliche Beihilfe für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Die Haltung der Kommission. In: *puk-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Berlin, Regensburg, S. 9–13.

- Krüger, Udo Michael (2009): InfoMonitor 2008: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. In: *Media Perspektiven* 2/2009, S. 75–94.
- Kultur- und Kreativwirtschaft (2009): Ermittlung der gemeinsamen charakteristischen Definitionsmerkmale der heterogenen Teilbereiche der „Kulturwirtschaft“ zur Bestimmung ihrer Perspektiven aus volkswirtschaftlicher Sicht. Hg. v. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Köln, Bremen, Berlin.
- Kulturwirtschaftsbericht Köln (2007). Erstellt im Auftrag der RheinEnergie-Stiftung Kultur Köln von der Arbeitsgemeinschaft Kulturwirtschaftsbericht Köln.
- Kulturwirtschaftsbericht Niedersachsen (2007). Ein ökonomischer Blick auf den Kultur- und Musiksektor. Hg. v. Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr sowie vom Niedersächsischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur.
- Majuntke, Eva (2006): Neue Liberalisierungsforderungen im audiovisuellen Sektor: USA und Verbündete erhöhen Druck auf die Europäische Union. In: *politik und kultur*. Zeitung des Deutschen Kulturrates. Ausg. Mai–Juni. Berlin, Regensburg.
- Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung (2008). Hg. v. Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien. Berlin.
- Medienatlas NRW (2009). Forschungsprojekt im Auftrag der LfM über die Medienstrukturen in Nordrhein-Westfalen, durchgeführt vom FORMATT-Institut Dortmund (http://www.lfm-nrw.de/downloads/MedienatlasNRW_Studie.pdf, Zugriff: 30.10.2009)
- Mertens, Gerald (2008): Am Anfang war die Musik. Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die deutsche Orchester- und Musikkultur. In: *puk-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Berlin, Regensburg, S. 28.
- Meyer-Lucht, Robin/Gollatz, Kirsten (2008): Öffentlichrechtliche Online-Angebote der nächsten Generation, hrsg. von der FES, Berlin (= Medien Digital 5).
- Michel, Eva Maria (2008): Europarechtlich nicht geboten, verfassungsrechtlich bedenklich. Der Telemedienauftrag im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. In: *puk-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk*. Berlin, S. 20.

- Mikos, Lothar (2008): Bildung durch Unterhaltung. Vom kulturellen Wert des Unterhaltungsfernsehens. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Berlin, Regensburg, S. 30.
- Mossig, Ivo (2007): Cluster der Film- und Fernsehindustrie: Potenziale und Grenzen, Heidelberg (= <http://www.kreativwirtschaft.nrw.de/kongress2007/Mossig.pdf>).
- Neuwöhner, Ulrich (2008): Perspektiven des Radios im digitalen Zeitalter. Eine Analyse anhand von Daten aus der angewandten Hörerforschung. In: *media Perspektiven* 5/2008, S. 247–254.
- Pätzold, Ulrich; Röper, Horst (2008): Fernsehproduktionsmarkt Deutschland 2005 und 2006. In: *media Perspektiven* 3/2008, S. 125–137.
- Raff, Fritz (2008 b): Vom Mehrwert der Kultur. In: ARD Kulturbuch. Hg. v. Fritz Raff und Günter Struve. München 2008, S. 15–28.
- Raff, Fritz (2008): Digitale Herausforderung 2.0. Die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die Menschen im neuen Zeitalter. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Berlin, Regensburg, S. 19.
- Range, Steffen/Schweins, Roland (2007): Klicks, Quoten, Reizwörter: Nachrichten-Sites im Internet. Wie das Web den Journalismus verändert, Gutachten im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung, Berlin.
- Reding, Viviane (2009): Öffentlich-rechtlichen Auftrag definieren. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Berlin, Regensburg, S. 13
- Ridder, Christa/Reitze, Helmut (2006): Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964–2005, Baden-Baden.
- Schmitz, Wolfgang (2008): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk – Was wären wir ohne Geisteswissenschaftler? In: *Kultur als Arbeitsfeld und Arbeitsmarkt für Geisteswissenschaftler*. Hg. v. Deutschen Kulturrat. Berlin, S. 136–142.
- Schmitz, Wolfgang (2008): Von Käfern und Pfauen. Oder: die Bedeutung der Kultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Berlin, Regensburg, S. 28.

- Schönert, Matthias (2004): zur Lage der Medienwirtschaft in den Deutschen Großstädten 2003. In: Monatsbericht 5. Hg. v. BAW. Institut für regionale Wirtschaftsforschung. Bremen.
- Sichtermann, Barbara (2008): Der Defensivbegriff „Kultur“ im Fernsehen. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Berlin, Regensburg, S. 31.
- Struve, Günter (2008): Dichter oder Direktor. In: In ARD Kulturbuch. Hg. v. Fritz Raff und Günter Struve. München, S. 31–39.
- Struve, Günter (2007): Fiktionales für alle. In: ARD-Filmbuch. Hg. v. Udo Reiter und Günter Struve. München, S. 14–31.
- TKLM-Dokument Nr. 01/2005 V 1.0 vom 31. Januar 2005: „Vergleichende Bewertung der verfügbaren Übertragungssysteme für den digitalen terrestrischen Hörfunk“.
- Van Eimeren, Birgit/Frees, Beate (2009): Der Internetnutzer 2009 – multimedial und total vernetzt? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2009. In: *media Perspektiven* 7/2009, S. 334–348.
- Wagner, Hans-Ulrich (2008): Eine „harte Nuss“ als Geschenk. Das Ringen um einen neuen, den „öffentlich-rechtlichen“ Rundfunk. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Berlin, S. 2–3.
- Weber, Rolf H./Roßnagel, Alexander/Osterwalder, Simon/Scheuer, Alexander/Wüst, Sonnia (2006): Kulturquoten im Rundfunk. Baden-Baden.
- Wegner, Horst (2008): Die Kontrolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk, Regensburg, Berlin, S. 7.
- Weischenberg, Siegfried (2008): Auftrag und Wirklichkeit. Kultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Berlin, Regensburg, S. 27.
- Wick, Klaudia (2008): Das Wunderhorn. Über das Verhältnis von Kultur und Unterhaltung im Fernsehen. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Berlin, Regensburg, S. 32.

- Ziemer, Albrecht (2000): Digitalisierung und Bouquet: Vom Programmfernsehen zum Bouquet-Fernsehen. In: Eberle, Carl-Eugen: ZDF.vision: das Programm-bouquet: digital und interaktiv, (ZDF-Schriftenreihe; 58), Mainz, S. 13–22.
- Zimmermann, Olaf/Schulz, Gabriele (2008): Rosarote Hirngespinnste jenseits der Realität – oder?“. In: *puk*-Dossier öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Berlin, Regensburg, S. 40.
- Zimmermann, Olaf/Schulz, Gabriele; unter Mitarbeit von Stefanie Ernst (2009): Zukunft Kulturwirtschaft: zwischen Künstlertum und Kreativwirtschaft. Berlin.
- Zimmermann, Olaf (2009): Kulturelle Königsdisziplin. Qualitätsdebatte (18): ARD/ZDF brauchen gute Unterhaltung. In: *epd medien* Nr. 67, 26.08.2009
- Zubayr, Camille/Gerhard, Heinz (2009): Tendenzen im Zuschauerverhalten. In: *Media Perspektiven* 3/2009, S. 98–112.
- Zubayr, Camille/Gerhard, Heinz (2008): Tendenzen im Zuschauerverhalten. In: *Media Perspektiven* 3/2008, S. 106–119.
- Zubayr, Camille/Gerhard, Heinz (2006): Tendenzen im Zuschauerverhalten. In: *Media Perspektiven* 3/2006, S. 125–137.
- Zubayr, Camille/Gerhard, Heinz (2005): Tendenzen im Zuschauerverhalten. In: *Media Perspektiven* 3/2005, S. 94–104.

9.3.2 Gesetze und Richtlinien

- Künstlersozialversicherungsgesetz vom 27. Juli 1981 (BGBl. I S. 705), das zuletzt durch Artikel 10 des Gesetzes vom 21. Dezember 2008 (BGBl. I S. 2933) geändert worden ist (KSVG).
- Gesetz über den Westdeutschen Rundfunk Köln (wdr-Gesetz) vom 23. März 1985 in der Fassung vom 30. 11. 2004.
- Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) vom 9. September 1965 (BGBl. I S. 1273), zuletzt geändert durch Art. 6 des

Gesetzes zur Verbesserung der Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums vom 07.07.2008 (BGBl. I S. 1191).

- Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit (Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“).
- Richtlinie 1811/552/EWG, Richtlinie zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit.
- Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2007 zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit (AVMD-Richtlinie).
- Rundfunkstaatsvertrag (RStV) vom 31. August 1991 zuletzt geändert durch den 7. Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 23./26. September 2003 (GVBl. I S. 46ff.).
- Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag) vom 31. August 1991, zuletzt geändert durch den Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 18. Dezember 2008.
- Staatsvertrag zur Neuordnung des Rundfunkwesens vom 03.04.1987.
- UNESCO-Übereinkommen zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen. Paris 2005.
- Vertrag von Amsterdam zur Änderung des Vertrags über die Europäische Union, der Verträge zur Gründung der Europäischen Gemeinschaften sowie einiger damit zusammenhängender Rechtsakte – Protokolle – Protokoll zum Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft – Protokoll über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in den Mitgliedstaaten. Amtsblatt Nr. C340 vom 10/11/1997, S. 0109 (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:11997D/PRO/09:DE:HTML>, Zugriff: 29.06.2009).

9.3.3 Bundesverfassungsgerichtsentscheidungen

- BVerfGE 12, 205 1. Rundfunkentscheidung (Fernsehurteil).
- BVerfGE 31, 314 2. Rundfunkentscheidung (Umsatzsteuerpflicht der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten).
- BVerfGE, 1 BvR 2270/05 vom 11.9.2007.

9.3.4 Vom WDR zur Verfügung gestellte Materialien

- Anlage zum Haushaltsplan WDR (1994). Köln.
- Anlage zum Haushaltsplan WDR (1999). Köln.
- Anlage zum Haushaltsplan WDR (2004). Köln.
- Anlage zum Haushaltsplan WDR (2007). Köln.
- Dampf-Radio (1994 und 1999). Radioprogramm. O.O.
- Haushaltsplan WDR (1994). Köln.
- Haushaltsplan WDR (1999). Köln.
- Haushaltsplan WDR (2004). Köln.
- Haushaltsplan WDR (2007). Köln.
- Haushaltsplan WDR (2008). Köln.
- Haushaltsplan WDR (2009). Köln.
- Jahresbericht (2007): Hg. v. WDR. Köln.

- Jazz. Das neue WDR 3 Jazz Profil (2008). Köln.
- Kostenrechnung WDR Dokumentation (1989). Köln.
- Kostenrechnung WDR Dokumentation (1994). Köln.
- Kostenrechnung WDR Dokumentation (1999). Köln.
- Kostenrechnung WDR Dokumentation (2004). Köln.
- Kostenrechnung WDR Dokumentation (2007). Köln.
- Medienkompetenz vermitteln (2008): Hg. v. WDR. Köln.
- Radioprogramm (2004 und 2007). Radio WDR. Köln.
- Telemedienkonzept für das Angebot des WDR Text gültig ab 1. Juni 2009. (http://www.wdr.de/unternehmen/rundfunkrat/medie/pdf/WDR_20090513_Telemedienkonzept_Text.pdf; Zugriff: 05.06.2009).
- Telemedienkonzept für das Webchannelangebot des WDR gültig ab 01. Juni 2009 (http://www.wdr.de/unternehmen/rundfunkrat/_medie/pdf/WDR_2009_0513_Telemedienkonzept_Webchannel.pdf, Zugriff: 05.06.2009).
- Telemedienkonzepte der gemeinschaftlichen Angebote der ARD. (<http://www.br-online.de/content/cms/Universalseite/2008/03/10/cumulus/BR-online-Publikation-ab-05-2009---54775-20090603063749.pdf>, Zugriff: 05.06.2009).
- WDR (2007): Elfmal nah dran in Nordrhein-Westfalen, Köln.
- WDR Bildungsbericht (1995). Köln.
- WDR Bildungsbericht (2005). Köln.
- WDR Bildungsbericht (2007). Köln.
- WDR-Print 01/04. Köln.

- WDR-Programmleitlinien (2006): Verabschiedet vom wdr-Rundfunkrat am 27. Januar 2006. Köln.
- Zentrale Aufgaben Fernsehen WDR Statistik (1994). Köln.
- Zentrale Aufgaben Fernsehen WDR Statistik (1999). Köln.
- Zentrale Aufgaben Fernsehen WDR Statistik (2004). Köln.
- Zentrale Aufgaben Fernsehen WDR Statistik (2007). Köln.

[Zu den Autoren](#)

10 ZU DEN AUTOREN

Gabriele Schulz

Jg. 1963. Studium Germanistik, Ernährungs- und Haushaltswissenschaft in Bonn und Hannover. Von 1992 bis September 2008 Wissenschaftliche Mitarbeiterin beim Deutschen Kulturrat. Seit September 2008 Stellvertretende Geschäftsführerin des Deutschen Kulturrates. Verschiedene Veröffentlichungen zu den Themenfeldern Kulturelle Bildung, Arbeitsmarkt Kultur, Rechtliche Rahmenbedingungen für Kunst und Kultur. Mitglied der Redaktion von *politik und kultur*, Zeitung des Deutschen Kulturrates.

Stefanie Carolin Ernst

Jg. 1977. Studium der Geschichte, der Geschichte des Mittelalters und der Frühen Neuzeit sowie der Germanistik an der Universität Bielefeld. Zusatzstudium „Europa Intensiv“, ebenfalls in Bielefeld. Momentan Fernstudium des Kultur- und Medienmanagements an der Fernuniversität Hamburg. Von 2006 bis Mitte 2009 Wissenschaftliche Mitarbeiterin beim Deutschen Kulturrat. Redakteurin von *politik und kultur*, Zeitung des Deutschen Kulturrates. Seit August 2009 freiberufliche Kulturjournalistin.

Olaf Zimmermann

Jg. 1961. Zweiter Bildungsweg, Volontariat zum Kunsthändler, Geschäftsführer verschiedener Galerien. Geschäftsführer des Deutschen Kulturrates. Im Jahr 1987 erfolgte die Gründung einer Galerie für zeitgenössische Kunst in Köln. Seit 1991 unterhielt er zusätzlich ein Journalisten- und Beratungsbüro in Mönchengladbach. Zahlreiche Veröffentlichungen zum Thema Kulturpolitik, Kulturmarkt, Bürgergesellschaftliches Engagement in der Kultur und Organisationsformen der privaten Kulturförderung (Vereine, Stiftungen). Er übt Lehrtätigkeiten zu Fragen der Professionalisierung von Künstlerinnen und Künstlern, Marketing, private Kulturfinanzierung, Lobby in der Kultur aus. Seit März 1997 ist er Geschäftsführer des Deutschen Kulturrates sowie Herausgeber der Zeitung des Deutschen Kulturrates *politik und kultur*. In der 14. Legislaturperiode (1998 bis 2002) war er Leiter der Arbeitsgruppe „Kunst und Kultur“ des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie eingerichteten Forums Informationsgesellschaft und Mitglied der Enquete-Kommissionen „Zukunft der Bürgerschaftlichen Engagements“ des Deutschen Bundestages. In der 15. und 16. Legislaturperiode (2003–2007) war er Mitglied der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages.

Der WDR: Besser als sein Ruf Eine Bewertung

Olaf Zimmermann
Gabriele Schulz

DER WDR: BESSER ALS SEIN RUF

Eine Bewertung

Der WDR ist die größte ARD-Anstalt. Er verfügt über das größte Budget, er hat die meisten Mitarbeiter, er versorgt das bevölkerungsreichste Sendegebiet, er repräsentiert die ARD auf internationaler Ebene. Ein Sender der Superlative?! Sehr schnell kann dieser Eindruck entstehen.

Der WDR prägt mit seinen Bauten das Stadtbild der Medienstadt Köln. Dank des WDR bestand in Köln bereits eine breite Medienszene mit einer Vielzahl an freien Journalisten, an Produktionsfirmen, an technischen Betrieben usw., auf die RTL und andere privatwirtschaftliche Rundfunkunternehmen zurückgreifen konnten, als sie sich in Köln angesiedelt haben. Ulrich Soénius, IHK Köln, spricht im Interview¹⁹ von der unvergleichlichen Bedeutung des WDR für die Kulturwirtschaft in Köln, die seines Erachtens gar nicht hoch genug geschätzt werden kann. Er bezeichnet Köln nicht als Medien- sondern als Musikstadt und lenkt damit den Blick auf einen oftmals in der Wahrnehmung unterschätzten Bereich im WDR.

Musik, Musik, Musik

Fast ein roter Faden in dieser Studie ist die große Bedeutung, die der WDR für das Musikleben hat. Seine vier Klangkörper sind nur ein besonders prägnanter Ausdruck der Musikpflege durch den WDR. In fünf seiner sechs Radioprogramme ist Musik das tragende Element, populäre Rock- und Popmusik in 1LIVE, etablierte populäre Musik in WDR 2, ernste Musik und Jazz in WDR 3, Schlager, Operetten und andere Formen der leichten Musik in WDR 4 und Weltmusik in WDR Funkhaus Europa. Mit diesen fünf Radioprogrammen deckt der WDR ein sehr breites Spektrum musikalischer Stile ab. Der WDR sendet Aufzeichnungen von Konzerten, Live-Konzerte und natürlich jede Menge Musik von Tonträgern.

Mit Preisen wie „1LIVE-Krone“ zeichnet er Newcomer aus, im „1LIVE Heimatkult“ gibt er jungen Bands eine Chance, der „WDR-Jazzpreis“ ist für Jazzmusiker nicht nur in finanzieller Hinsicht wichtig, er trägt zu deren Bekanntheit wesentlich bei. Der letztjährige Preisträger Gabriel Pérez sagte im Interview, dass was der WDR mache, seiner Meinung nach unbezahlbar sei und Köln als Musikstadt

119 Dieses und die weiteren angeführten Interviews können im Anhang nachgelesen werden.

durch den WDR durch und durch geprägt sei. Er lobt die Arbeitsatmosphäre der WDR Big Band und sieht dank des WDR Köln als Magnet für Musiker der ganzen Welt. Franz Xaver Ohnesorg, Klavier-Festival Ruhr, geht noch einen Schritt weiter, er sagt im Interview, dass der WDR in die Kulturinstitutionen hineinhöre und entsprechend ein erstklassiges Echo zurückerhalte. Gerade für junge Künstler ist seines Erachtens die Ausstrahlung eines Konzerts im Radio die optimale Förderung. Mit dem „Deutschen Klangkunstpreis“ und der Beteiligung an der „Sound Art“ fördert er moderne Kunst im Schnittfeld von Bildender Kunst und Musik. Längst sind nicht mehr Karlheinz Stockhausen und „Das Studio für elektronische Musik“ der Ausweis für die Förderung der zeitgenössischen Musik durch den WDR. Der WDR hat sich klugerweise immer wieder auf neue Strömungen und Richtungen der zeitgenössischen Musik eingelassen. Die Förderung der Klangkunst ist ein solches Beispiel.

Zur Musik gehört die musikalische Bildung. Durch die Beteiligung an verschiedenen Projekten und Preisen betont der WDR die Bedeutung der musikalischen Bildung als Teil der Allgemeinbildung aber auch der künstlerischen Ausbildung. Ohne musikalische Bildung heute wird es morgen weniger Künstler geben. Damit dieses nicht eintritt, engagiert sich der WDR folgerichtig in der Förderung des Nachwuchses und sucht hierbei die Zusammenarbeit mit Verbänden und Organisationen.

Am Anfang war – nicht das Wort

Obwohl das Wort in der Anfangsphase des Hörfunks im Unterschied zur Musik eben keine herausragende Rolle spielte, ist Hörfunk heute ohne Wort nicht denkbar. Wort im Hörfunk ist mehr als Nachrichtenbeiträge oder Berichte. Mit Diskussionen wie dem „Funkhausgespräch“, mit Hörspielen und Features leistet der WDR einen wichtigen Beitrag für das künstlerische Wort. Als einzige öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt gehört er dem „Verein Deutscher Hörbuchpreis“ an. Mit dem „Deutschen Hörbuchpreis“ werden eben nicht die am besten verkauften Hörbücher, sondern die künstlerisch besten ausgezeichnet. Die Förderung des Hörspiels, des Hörbuchs, der Literatur insgesamt ist ein großes Anliegen von WDR 5, dem Wortkulturprogramm des WDR. Die Unterstützung der „litCologne“, dem jährlich stattfindenden Literaturfestival in Köln, ist ein weiterer Beleg für die Wertschätzung der Literatur durch WDR 5.

Der Hörspielautor Edgar Lipki bezeichnet im Interview den WDR als einen verlässlichen und kooperativen Auftraggeber, der ihm Planungssicherheit für seine aufwendigen Produktionen gibt. Zugleich betont er, dass ihm der WDR keine Einschränkungen auferlege. Von der ersten Idee, über das Exposé bis zur Abgabe der Produktion sei er in seiner Arbeit autonom.

Kulturelle Vielfalt als Verpflichtung

Kulturelle Vielfalt ist für den WDR nicht nur ein Lippenbekenntnis. WDR Funkhaus Europa ist schon lange kein „Gastarbeiterprogramm“ mehr, sondern zeigt die kulturelle Vielfalt in Deutschland. Die Sendung „Cosmo TV“ im WDR Fernsehen befasst sich mit Fragen des Zusammenlebens in einer multikulturellen Gesellschaft.

Der vom WDR initiierte „Civis-Preis“ zeichnet Beiträge zum Thema Integration aus. Im Jahr 2006 richtete der WDR zusammen mit dem ZDF und dem französischen Rundfunk eine große Tagung zum Thema kulturelle Vielfalt in den Medien in der Zeche Zollverein Essen aus. Im Herbst 2009 hat er sich in einem Symposium mit dem Thema „Heimat im Film“ auseinandergesetzt. Weiter fördert er gezielt den journalistischen Nachwuchs mit Migrationshintergrund.

Gesellschaftliches Engagement als Profil

Der WDR steht für gesellschaftliches Engagement im Fernsehen. Sei es durch Magazinsendungen wie Monitor, sei es durch seine Dokumentationen und Reportagen. Oder sei es durch die Dokuspiele, die Heinrich Breloer mit seinem Haussender, dem WDR, entwickelt hat. Hier wird Fiktionales und Nicht-Fiktionales in einem Film gemischt. Und auch in seinen Fernsehfilmen nimmt sich der WDR gesellschaftlichen Fragen an. Beispiele aus jüngster Zeit sind „Wut“ oder auch „Contergan – Eine einzige Tablette“. Gerade die Ausstrahlung des letztgenannten Films hat der WDR durch verschiedene Rechtsinstanzen durchgefochten und damit einen wichtigen Beitrag zur Kunstfreiheit geleistet.

Gesellschaftliches Engagement zeigt der WDR aber auch mit seinem „Kinderrechte-Preis“, mit der „WDR-Lehrstellenaktion“, mit der er seit vielen Jahren hilft, dass junge Menschen einen Ausbildungsplatz erhalten, mit Wettbewerben wie „Wir sind Manager“ oder „Roots“, die jungen Menschen Freiräume zum Ausprobieren geben.

Seine eigenen Anstrengungen in der Ausbildung gehören ebenfalls dazu. Der WDR bildet über seinen eigenen Bedarf hinaus aus, um jungen Menschen durch eine solide und anerkannte Ausbildung den Einstieg in das Berufsleben zu ermöglichen. In jedem Jahr sind Auszubildende des WDR in den verschiedenen Berufsfeldern unter den Kammersiegern zu finden, einige sind sogar Landessieger geworden. Auch den Abbau an Stellen hat der WDR sozialverträglich abgefedert, in dem verschiedene Instrumente der Teilzeitbeschäftigung und Ruhestandsregelungen genutzt wurden. Die Zahl der Mitarbeiter ist über einen langen Zeitraum bemerkenswert konstant.

WDR vernetzt

Der WDR bringt sich in Gremien und Diskussionen ein. Er sucht das politische Gespräch mit Verantwortungsträgern. Beispiele hierfür sind seine Mitwirkung in den verschiedenen Initiativen zur Informationsgesellschaft, die die Bundesregierung in den Jahren 1994 bis 2002 gestartet hat. Der WDR war bei den GATS-Verhandlungen präsent. Er hat den Kontakt zu den Kulturverbänden und der UNESCO gesucht, um zu verhindern, dass audiovisuelle Medien der weltweiten Liberalisierung von Dienstleistungen zum Opfer fallen.

Der WDR sucht in Parlamentarischen Mittagessen und Abenden das Gespräch mit Abgeordneten des Deutschen Bundestags, um sie für die internationalen Entwicklungen im Handelsrecht zu sensibilisieren und Bündnispartner zu gewinnen.

Die Kulturpartnerschaften von WDR 3 sind ein Meisterwerk an Vernetzung mit dem Kulturbereich. Die Wertschätzung, die dem WDR in den Interviews mit den Kulturpartnern entgegengebracht wird, ist unübertrefflich. Der WDR hat sich mit den Kulturpartnern Freunde gemacht, die zu ihm stehen.

Keine Kritik von Nöten?

Bei einer so erfolgreichen positiven Bilanz von den Stärken des WDR drängt sich die Frage auf, ob tatsächlich „alles in Butter ist“ und die Kritik vor allem aus Neid herrührt oder ob der WDR ein perfekter Blender ist?

Beide Fragen greifen letztlich zu kurz. Das oben Geschilderte zeigt die eine Seite des WDR. Und die für diese Studie erhobenen Daten bestätigen diese Seite.

Der WDR verwendet im Hörfunk den größten Teil seiner Mittel für die im Sinne eines engen Kulturbegriffs besonders kulturhaltigen Programme WDR 3 und WDR 5. Jene Programme, die im Vergleich zu den anderen die wenigsten Hörer haben. Seine Aufwendungen für Musik in WDR 3 sind seit 1999 relativ stabil geblieben. Im Wortbereich gab es einen Aufwuchs, der vor allem auf die Verlagerung der Redaktionsgruppe Aktuelle Kultur von WDR 5 zu WDR 3 zurückzuführen ist. Wird diese Verlagerung berücksichtigt, zeichnen sich auch die Aufwendungen für WDR 5 durch Konstanz aus. Bei seinen beiden Kulturradios hat der WDR also keine Einsparungen vorgenommen. Und auch seine Klangkörper finanziert er stabil. Im Vergleich zum BR, NDR und SWR sendete er im Jahr 2007 doppelt so viele Hörspiele, widmete also dieser Kunstform eine besondere Aufmerksamkeit. Und auch der Anteil der Uraufführungen an den Hörspielen ist beim WDR deutlich höher als beim BR und NDR und immer noch beträchtlich höher als beim SWR.

Im Fernsehen gibt es in den Sachaufwendungen der einzelnen Programmbereiche zwar Schwankungen, wenn einzelne außergewöhnliche, größere Projekte anstehen. – Dieses trifft vor allem auf den Programmbereich Fernsehfilm, Kino und Serie zu. – Im Großen und Ganzen haben sich die Anteile der einzelnen Programm-

bereiche an den Gesamtaufwendungen Fernsehen aber relativ wenig verändert. Es gibt keine große Verschiebung von Programmmitteln aus den Programmbereichen Kultur und Wissenschaft oder Fernsehfilm, Kino und Serie zur Unterhaltung. Die Verträge mit Auftrags- oder Koproduktionen unterlagen von 2001 bis 2006 zwar Schwankungen, diese Schwankungen sind aber branchentypisch und lassen auf keine überproportional sinkenden Aktivitäten des WDR in diesem Bereich schließen. Die Durchschnittsminutenpreise für Auftragsproduktionen haben sich marktbedingt allerdings deutlich nach unten entwickelt. Dabei muss diskutiert werden, ob der WDR sich wirklich bei der Entlohnung nach marktüblichen Prinzipien zu verhalten hat, oder ob er nicht in der Verantwortung für faire Marktbedingungen steht. Hier sind vor allem die Kulturpolitiker der Bundes-, Landes- und der europäischen Ebene gefragt, da derzeit der WDR aufgrund europäischer Vorgaben verpflichtet ist, Marktpreise zu zahlen.

Die Urheber- und Leistungsvergütungen, die entweder direkt oder als Ausschüttungen der Verwertungsgesellschaften den Künstlern zufließen, sind insgesamt von 1999 bis 2009 gestiegen.

Kultur spielt im Programm eine wichtige Rolle. Im WDR Fernsehen beträgt der Kulturanteil 40%, davon können 16% einem weiten Kulturbegriff zugeordnet werden, 15% einem mittleren und immerhin 9% einem engen. Sendungen des mittleren Kulturbegriffs leisten auch einen wichtigen Beitrag zur Identitätsbildung des Landes NRW. In seiner werktäglichen, regionalspezifischen Sendung „Lokalzeit“ ist ein Kulturanteil von rd. 17% festzustellen. Der überwiegende Teil der Kulturberichte ist hier dem engen Kulturbegriff zuzuordnen.

Im Hörfunk hat Kultur eine noch herausragendere Rolle. Der weitaus größte Teil (79%) des WDR Hörfunks ist Kulturprogramm. Davon entfallen 39% auf den weiten Kulturbegriff, 12% können dem mittleren zugeordnet werden und 28% dem engen. Hier spiegelt sich die große Bedeutung des WDR für den Musikbereich wieder und zwar sowohl in kulturwirtschaftlicher Hinsicht als auch mit Blick auf die Pflege des Musiklebens und der zeitgenössischen Musik.

Die andere, subjektive Sicht

Doch gibt es auch andere Seiten des WDR. In den im Anhang abgedruckten Interviews mit Edgar Reitz, mit Michael Meert, mit Didi Stahl Schmidt, mit Ulli Schauen, mit Jürgen Terhag kommt Kritik, teilweise Resignation zum Ausdruck. Nun sind diese Interviews Einzelmeinungen, sie sind nicht repräsentativ und wahrscheinlich könnte jedem dieser Kritiker des WDR gleich ein glühender Verehrer daneben gestellt werden. Doch würde das nicht zu kurz greifen? Geben diese subjektiven Eindrücke nicht einem Großunternehmen, das sich im Aufmerksamkeitsmarkt der Medien positionieren muss, sehr wertvolle Hinweise?

Ist es nicht bedenkenswert, wenn Michael Meert ausführt, dass jedes Medium mit einer Massifizierung visueller Inhalte kämpfe. Er konzidiert, dass die legendären Fernsehspiele der 1970er heute nicht mehr machbar wären, sieht aber ein Vakuum bei gesellschaftlich engagierten Filmen, die einen künstlerischen Anspruch haben. Er beschreibt als Problem, dass nach seinem Eindruck in den Redaktionen Grundideen entwickelt werden und diese Produzenten angeboten werden, die ihrerseits Autoren ansprechen. Die Autoren können in der Ungewissheit, ob sie einen Auftrag bekommen, nicht umfänglich in Vorleistung gehen. So entsteht nach seinem Eindruck die Tendenz, standardisierte Exposés abzuliefern. Ob ein solches, sicherlich marktkonformes Vorgehen dazu führt, dass tatsächlich immer Qualität geliefert wird, muss in Frage gestellt werden. Autoren haben aufgrund ihrer ökonomischen Situation nicht den langen Atem, um immer wieder Projekte vorzufinanzieren.

Meert sieht zugleich, dass auch im fiktionalen Bereich mehr und mehr industrielles Vorgehen zur Regel werde. Die Sender suchen nach seinem Eindruck eher nach gut funktionierenden Handwerkern, die Fernsehserien erstellen, als nach Künstlern.

Ein Filmkünstler ist Edgar Reitz. Sein Monumentalwerk Heimat 1 und Heimat 2 wäre ohne den WDR nicht möglich gewesen und er erinnert im Interview an die damaligen Mitarbeiter des WDR, die das Vorhaben ermöglicht haben. Seines Erachtens hat der WDR jedoch seine Vorrangstellung im Bereich Film an den BR verloren. Er ist der Auffassung, dass im WDR eine ganz und gar konservative Haltung Einzug gehalten habe. Er, als Intendant, würde die Redaktionen mit Menschen besetzen, die auch wirklich eine Liebe zur Filmkunst haben und dieser Leidenschaft und Liebe auch langfristig vertrauen.

Spricht aus diesen Worten von Meert und Reitz ausschließlich enttäuschte Liebe, sind es tatsächlich nur Einzelmeinungen, denen ebenso viele oder vielleicht sogar noch mehr andere gegenübergestellt werden können? Es wäre zu einfach, würden diese kritischen Anmerkungen einfach abgetan werden. Und das nicht nur, weil es sich um Persönlichkeiten handelt, die einen Ruf in der Filmszene haben, sondern auch, weil sie zum Ausdruck bringen, was viele gefragt und ungefragt aussprechen. Es ist der Eindruck, dass das Fernsehen gespalten ist, in einen Massenmarkt, in dem auf einem professionell hohen Niveau „Stangenware“ geliefert wird, und einen sehr kleinen Markt für künstlerische Leistungen. Hier scheinen sich zumindest die in dieser Studie befragten Filmemacher beim WDR nicht so gut aufgehoben zu fühlen. Die Lieferung dieser Stangenware ist Handwerk. Sie entspricht nicht dem Verständnis eines Künstlers.

Und wenn über die Bedeutung eines Senders wie dem WDR für die Kulturwirtschaft gesprochen wird, muss auch darüber nachgedacht werden, ob diese Be-

deutung vor allem in der Massenware liegt oder ob er ausreichend Luft lässt für Sonderanfertigungen, um im Bild zu bleiben. Ob er für künstlerische Projekte genügend Offenheit hat und diese auch ausstrahlt.

Beim WDR scheint nach diesen Beobachtungen in dieser Hinsicht ein Defizit zu bestehen. Denn auch Ulli Schauen spricht im Interview für den Hörfunk davon, dass zu wenig Zeit zum Recherchieren bleibe, dass immer mehr Leistung für dasselbe Geld verlangt werde und dass letztlich der Hörfunk sich in seiner Arbeitsweise dem Fernsehen anpasse. Das führe dazu, dass eine Autorenhandschrift nicht mehr gewünscht sei sondern nur noch ein bestimmtes Format.

Die Gefahr der Formatierung wurde auch von Jürgen Terhag angesprochen. Er bedauert, dass in der Musik – immerhin eine der Stärken des WDR – so wenig Unvorhersehbares zu hören sei, dass alles den definierten Musikfarben untergeordnet werde. Und auch Didi Stahlschmidt sieht anders als die Macher von 1LIVE, die Stärke des Programms eben nicht in der Entdeckung neuer Künstler und Musikstile, sondern als etablierte Abspielstation. Wirkliche Innovationen gehen seines Erachtens vor allem von den Campus-Radios aus.

Alles Einzelmeinungen? Vielleicht. Aber alles welche, die ernst genommen werden sollten. Jeder dieser Einzelmeinungen kann mit einer Fülle an Sendungen und Beiträgen aus dem vielfältigen WDR-Programm der letzten Jahre begegnet werden. Jede dieser Einzelmeinungen kann mit Daten und Statistiken widerlegt werden.

Doch wenn der WDR so wichtig für das kulturelle Leben und die Kulturwirtschaft in NRW ist, wie es dargestellt wurde, dann muss er auf diese Stimmen hören. Dann muss er gerade ein Ohr bei jenen haben, die Multiplikatoren im Kulturbereich sind, auf jene hören, auf deren Wort Acht gegeben wird. Er darf sie nicht erschlagen mit Material, sondern muss das Gespräch suchen, um seine Leistungen zu verdeutlichen.

Medienkoloss WDR überempfindlich?

Erstaunlicherweise erweist sich der Sender der Superlative, der Medienkoloss WDR, immer wieder als äußerst empfindlich. Auf Kritik wird teilweise scharf reagiert. Es kann nicht sein, dass der WDR nicht der Beste ist. Kritische Nachfragen werden durch eine Fülle an Material erstickt. Diskussionswürdige Entwicklungen im Programm werden wortreich begründet oder aber schlicht abgebügelt, dass die anderen eben nicht verstünden, worum es gehe. Die öffentliche Rundfunkratssitzung im Februar 2009 war ein gutes Beispiel dafür, wie es eben nicht geschehen sollte. Wenn Kritik geübt wurde, wurde sie als fachlich falsch oder unsachlich abqualifiziert, so gewinnt niemand Freunde. – Schade eigentlich. Der WDR könnte viel selbstbewusster auftreten.

Besser als sein Ruf

Im Prolog wurde die Frage aufgeworfen, was dran ist an den Vorhaltungen aus dem Kulturbereich über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland. Ob das Niveau wirklich ins Bodenlose sinke und die seichte Unterhaltung wirklich die Oberhand über die seriöse Information und die ernste Kultur gewinne? Ob die Sender die freiberuflichen Kulturschaffenden wirklich immer mehr ausbeuten? Und ob die Kultursendungen wirklich immer mehr in die Spartenprogramme oder in die späten Nachtstunden verschoben werden?

Alle diese Fragen können mit dem empirischen Material klar mit einem Nein beantwortet werden. Der WDR dörft seine Kulturprogramme nicht aus, seine Vergütungen entsprechen den mit den Gewerkschaften ausgehandelten Vereinbarungen, Kultur findet im Vollprogramm seinen Platz. Im Hörfunk leistet sich der WDR gleich zwei Kulturprogramme. Er unterstützt mit Preisen und Auszeichnungen die künstlerische Szene. An die Kulturszene und auch die Kulturpolitiker ist daher der Appell zu richten, genauer hinzuschauen, sich mit den Daten zu beschäftigen und das Programm tatsächlich in seiner ganzen Breite wahrzunehmen. Die in dieser Studie zusammengestellten Daten liefern eine Fülle an Material, dem die Leistung des WDR für die Kulturwirtschaft, aber auch das kulturelle Leben zu entnehmen ist. Gerade mit Blick auf die politisch gewünschte Förderung der Kulturwirtschaft ist es wichtig, die Verflechtungen und das gegenseitige Bedingungsgefüge von Kulturwirtschaft, öffentlich finanzierten Kultursektor und gemeinwohlorientierten Kulturbereich stärker in den Blick zu nehmen. Diese Studie liefert eine ganze Reihe von Argumenten und Daten, wie speziell die Kulturwirtschaft durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk unterstützt wird.

Der WDR ist besser als sein Ruf. Dieses wird ihm auf die Dauer aber nicht helfen, denn sowohl die Wirtschaft – ebenso die Kulturwirtschaft – als auch die Medien funktionieren zu einem erheblichen Teil über Psychologie. Der WDR muss sich seiner strukturellen Macht bewusst werden, diese kritisch hinterfragen, da es eine geliehene Macht ist, und sehr sorgsam mit ihr umgehen. Wenn der WDR den Kontakt zu den Menschen verliert, die Kultur machen und Kultur genießen, wenn seine Glaubwürdigkeit dort leidet, dann helfen ihm auch alle Statistiken nicht. Der WDR muss ein normales Verhältnis zu seiner Stärke entwickeln, dann braucht er keine Überheblichkeit und kann als Sender der Superlative selbstbewusst seine kulturellen Leistungen zeigen.

Anhang

GESPRÄCHE MIT KÜNSTLERN UND KULTURVERMITTLERN

Hörfunk

„Die FAZ schrieb einmal, ich sei ein Radiokünstler“
Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Hörspielautor Edgar Lipki 375

„Eines der großen Dilemmata im Bewusstsein der Medien- und Kulturschaffenden ist, dass sie so furchtbar berufsstolz sind“
Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Journalisten und Schriftsteller Ulli Schauen 381

„Köln ist als Kunststadt insofern musikalisch vom WDR durch und durch geprägt“
Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Jazzmusiker Gabriel Pérez 390

„Der Sender sollte wieder vermehrt den unmittelbaren Kontakt zu den Künstlern suchen!“
Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Musikpromoter Didi Stahlschmidt, Hömma-Dortmund 393

„Dort hört man Musik, die sonst nicht gesendet wird“
Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Musikpädagogen Prof. Dr. Jürgen Terhag, Hochschule für Musik und Theater Köln 397

Fernsehen

„Die Arbeitsverteilung zwischen Festangestellten und Freiberuflern hat sich eingespielt“
Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Regisseur und Drehbuchautor Michael Meert 401

„Der WDR hat seine Rolle im Deutschen Film sehr verändert“
Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Filmemacher Edgar Reitz 408

„Die FAZ schrieb einmal, ich sei ein Radiokünstler“

Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Hörspielautor Edgar Lipki

Herr Lipki, welche Bedeutung hat der WDR für Sie als Auftraggeber?

Eine Große: da ich die letzten fünf oder sechs Produktionen für diesen Sender gemacht habe. Bei meinen Arbeits- und Entwicklungszeiten von bis zu einem Jahr pro Stück, ist es sehr wichtig, einen verlässlichen und kooperativen Auftraggeber zu haben, um Planungssicherheit für die Produktion zu gewährleisten. Im Umkehrschluss bedeutet das, dass ich, ohne einen Produktionsvertrag mit dem Sender unterschrieben zu haben, kaum riskieren kann anzufangen.

Sie nehmen wahrscheinlich neben Aufträgen für den WDR auch noch andere Aufträge wahr. In welchem Verhältnis stehen für Sie Aufträge des WDR zu Aufträgen anderer öffentlich-rechtlicher Sender und zu privaten Sendern?

Zu Beginn arbeitete ich als Hörspielautor für den Süddeutschen Rundfunk und Deutschlandradio, anschließend produzierte ich für den Deutschlandfunk. Nun bin ich vorwiegend beim WDR, weil ich hier gute Voraussetzungen für meine Arbeit finde. Beim WDR arbeite ich mit Martina Müller Wallraff zusammen und werde von ihrer Redaktion wirklich sehr gut unterstützt. Meine für den WDR produzierten Hörspiele werden im Nachgang aber auch von anderen ARD Anstalten ausgestrahlt. Und da die Anstalten untereinander auf die einzelnen Produktionen zugreifen können, werden natürlich Wiederholungshonorare gezahlt. Solche Zahlungen sind für mich als Autor sehr wichtig, gerade wenn die Finanzierung einer langen Produktionsdauer und entsprechend höheren Produktionskosten gewährleistet werden soll.

Haben Sie jemals einen WDR-Preis erhalten oder einen Preis für ein für den WDR erstelltes Produkt?

Nein. Durch Preisverleihungen wie ansatzweise auch durch Nominierungen wird die Bekanntheit eines Hörspielautors natürlich gesteigert. Besonders prominent ist in diesem Bereich der so genannte Kriegsblindenpreis, der vom Bund der Kriegsblinden Deutschlands e.V. verliehen wird. Eine Geldquelle zur Sicherung des Lebensunterhaltes sind solche Preise im Allgemeinen allerdings nicht.

Der pekuniäre Nutzen ist generell eher gering zu veranschlagen? Anders verhält es sich zum Beispiel beim Jazz-Preis des WDR, der mit 10.000 Euro dotiert ist.

Der Kriegsblindenpreis ist nicht mit einer direkten Geldausschüttung verbunden. Allerdings besteht die Auflage, dass jede deutsche Rundfunkanstalt das prämierte Stück innerhalb eines Jahres sendet. So kommt der Autor insgesamt auf ein monetäres Preisvolumen von bis zu 20.000 Euro. Das ist natürlich nicht zu unterschätzen.

Ist der Hörspielmarkt eigentlich ein hart umkämpftes Terrain?

Zahlenmäßig ist der Kreis von Hörspielautoren nicht sonderlich groß. Viele meiner Kollegen arbeiten zusätzlich journalistisch oder entwickeln Filmproduktionen fürs Fernsehen. Direkte Konkurrenz herrscht nicht. Die Hörspielautoren sind über ganz Deutschland verstreut. Es gibt nur wenige Foren, in denen man sich über die Jahre hinweg manchmal begegnet. Einen „Narzismus der kleinen Differenz“ gibt es zuweilen eher zwischen den Redaktionen der einzelnen Rundfunkanstalten. Den Eindruck kann man haben. Als Freelancer bin ich allerdings zu weit weg von den Apparaten, um das einzuschätzen.

Wenn wir mal von der inhaltlichen Seite an das Thema herangehen. Würden Sie Ihrer Arbeit eher einen künstlerischen Aspekt zugrunde legen oder würden Sie sagen, dass es Ihnen primär um Unterhaltung geht?

Die FAZ schrieb einmal, ich sei ein Radiokünstler. Aus diesen Sätzen hört man die spitzen Finger heraus. Für manche scheint es nicht einfach zu sein, einzuordnen, was ich mache. Genau das empfinde ich als das Spannende: Es gibt diese klaren Eingrenzungen, diese Stereotypen, so nicht. Ich arbeite sehr oft in und mit Auslassungsräumen zwischen Text/Musik/Geräusch. Zentral sind für mich immer Zeitverhältnisse, Bewegungen jener theoretischen Konstruktionen, die wir in der täglichen Wahrnehmung als das Gesicherte, Feste, Reale nehmen. Einen solchen Ansatz kann man künstlich nennen.

Würden Sie sagen, dass Ihnen der WDR genug Freiraum gewährt, um Ihre Idee zu verwirklichen? Oder wird hier sehr genau auf die Quote geschaut?

Einschränkungen gibt es seitens des WDR nicht. Von der ersten Idee, über das Exposé, woraufhin dann der Vertrag zustande kommt, bis zur Abgabe der Produktion bin ich im Grunde genommen autonom in meiner Arbeit.

Wie wichtig ist Ihnen, dass der Inhalt ihrer Hörspiele im Internet mit Fakten angereichert werden kann?

Das ist eine jüngere Entwicklung, die durchaus eine wichtige Rolle spielt, aber differenziert betrachtet werden muss. Die Aufarbeitung und die Hintergrundbericht-

erstattung von Produktionen im Internet sind durchaus erstrebenswert. Anders verhält es sich bei den Produktionen, die im Internet permanent abgerufen werden können. Diese werden, wenn überhaupt, nur minimal vergütet. An dieser Stelle haben Autoren und Sender offensichtlich ganz verschiedene Interessen. Momentan, so mein Wissensstand, ist man aber dabei, Verträge und Regelungen zu finden, die die Interessen beider Seiten stärker berücksichtigen werden.

Wollen Sie die Internetrechte lieber selbst wahrnehmen und eigenständig verwerten oder würden Sie sich für eine angemessene Vergütung für die Übertragung der Internetrechte aussprechen?

Der WDR hat sich in den letzten Jahren alle Rechte an der Internetverwertung gesichert. Seit einiger Zeit gilt, dass, wenn eine Produktion eine Woche lang heruntergeladen werden kann, eine Vergütung um die 180 Euro gezahlt wird, was wirklich nicht viel ist. Denn die Zugriffe liegen teilweise bei 10.000 bis 20.000.

Das heißt, die Vergütung ist nicht angemessen und Sie würden Ihr Produkt lieber selbst verwerten.

Hier muss berücksichtigt werden, dass die Downloads der Hörspiele auch für den Sender nicht unproblematisch sind. Der WDR darf keine kommerziellen Interessen verfolgen. Folglich kann und darf er auch nicht an diesem Angebot verdienen. Andererseits müssen Autoren hier für ihre Rechte kämpfen. Und das spiegelt genau die Tendenz der nächsten Jahre im gesamten Medienbereich wider. Der Konsum von Fernsehen, Radio und anderen Medien wird nicht mehr in einer Zeitachse verlaufen, sondern Ort und Zeit des Zugriffs auf bestimmte Sendungen wird vollkommen individuellen Entscheidungen unterliegen. Es wird sehr spannend sein, wie Autoren an dieser Entwicklung partizipieren werden. Denken Sie nur an die Drehbuchautoren in Hollywood. Auch hier ist und war es problematisch, dass die Internetnutzung in den Verträgen bislang nicht zufriedenstellend berücksichtigt wurde und wird.

Würden Sie, mal abgesehen von der Internetverwertung, sagen, dass die Vergütung für die Produktionen angemessen ist?

Ja, ich halte die Vergütung für angemessen. Allerdings muss man immer schauen, dass man das veranschlagte Budget nicht übersteigt. Mit den neuen digitalen Audio-Möglichkeiten kann man die Ausgaben ganz gut im Rahmen halten. Produktionen jedoch, die über Monate gehen, können nicht ausschließlich über das Budget finanziert werden. Hier ist man auf die Wiederholung der Produktion und die dafür ausgeschütteten Gelder angewiesen.

Welche Rolle spielt für Sie die Zweitverwertung der Hörspiele auf Tonträgern?

Es kam bereits vor, dass eine Produktion in einem Sammelalbum von ILIVE aufgenommen worden ist. Was die Verwertung anbelangt, ist das aber zu vernachlässigen.

Abgesehen von der sich gewandelten Ausgangslage der Verwertung durch die Digitalisierung: Gibt es neue Entwicklungen, neue Trends im Hörspiel?

Relativ neu ist das Crossover von Ansätzen. Historisch betrachtet war das Hörspiel zunächst einmal ein Hilfswerk für Autoren nach dem Krieg, denn einen Buchmarkt gab es nicht mehr. Jedoch war diese Entwicklung zum Teil auch hinderlich, weil sich so keine genuinen Formen des Hörspiels haben ausbilden können. Dies geschah dann erst in den 1970er Jahren. Seitdem gibt es ein Nebeneinander von konventionellen Produktionen und experimentellen Stücken. In Bezug auf letztgenannte hat der WDR gerade in den letzten Jahrzehnten sehr gute Arbeit geleistet. Man denke nur an die Bedeutung der Klangkunst. Das heutige Interesse am Hörspiel ist sehr groß. Vor 15, 20 Jahren gab es, soweit ich weiß, in überregionalen Tageszeitungen keine extra Rubriken zum Thema Hörspiel. Das hat sich maßgeblich geändert. Sowohl in der Süddeutschen als auch in der FAZ hat sich die dort stattfindende Diskussion über Hörspiele etablieren können. Es existieren spezielle Rubriken, in denen man über das Genre insgesamt und über einzelne Stücke etwas (nach)lesen kann. Der Stellenwert, der dem Hörspiel beigemessen wird, wird über die Jahre noch zunehmen. Vielleicht wishful thinking, aber ich glaube, je regulierter die Inhalte im Fernsehen und im Radio sind, desto stärker wächst das Interesse etwas anderes zu hören.

Wie sind Sie zum Hörspiel gekommen?

Wie immer spielte hier der Zufall die maßgebliche Rolle. Anfangs habe ich Theaterstücke geschrieben. Aus diesem Grunde war ich während der Zeit der zwei deutschen Staaten eine Zeit lang im Brecht-Archiv in Berlin. Eine merkwürdige Erfahrung. Jeden Morgen und jeden Abend wechselte ich die Systeme. Kleine, wiederkehrende Chocks. Wieder das Zeitverhältnis: Das Fremde ist oft nur das allzu Vertraute. Was das den Weg zum Hörspiel angeht: Ein Kollege, der im Bereich Hörspiel tätig war und den ich durch frühere Zusammenarbeiten kannte, forderte mich eines Tages auf „einfach mal etwas zu schicken“. So schrieb ich zuerst Kurzhörspiele und arbeitete an kleineren Produktionen, bis dann mein erstes größeres Stück Anfang der 1990er Jahre entstand. Was folgte, war eine Tour zwischen den Anstalten, bis ich schließlich beim WDR landete. Mir wurde klar, dass ich hier meine Ideen von Performances sowohl vom Material als auch vom dramaturgischen Ansatz her im Bereich des Hörspiels sehr gut verwirklichen kann. Die Theater-

aufführungen, Performances hatten im Schnitt höchstens 400 Zuschauer. Wenn Produktionen bei 1LIVE oder WDR 3 gespielt werden, liegt die Quote zwischen 50.000 und 80.000 Zuhörern. Das macht die Arbeit für mich natürlich attraktiver, da ich eine viel größere Öffentlichkeit erreichen kann.

Wurde der Zuspruch, den das Hörspiel heute erfährt, durch den aktuellen Boom des Hörbuches gedämpft?

Bei Hörspielen und Hörbüchern handelt es sich um zwei ganz unterschiedliche Genres, die auf einem unterschiedlichen Hörverhalten basieren. Hörbücher hört man oft im Auto oder im Flugzeug. Interessierte Hörspielhörer legen viel Wert auf eine gute Musikanlage, um das ganze akustische Erlebnis zu erfahren. Die Zielgruppe bzw. der Interessentenkreis ist eine andere, ein anderer. Wenn man den Markt betrachtet, dann findet das Hörbuch natürlich einen viel größeren Absatz, was vielleicht auf eine größere Akzeptanz hindeutet. Aber man wundert sich immer wieder über das Hörstück oder das Hörspiel. Auch hier existiert eine große Anhängerschaft. Durch das Internet, besonders durch die Blogs, erfährt man nun eine Rückmeldung. Das ist wunderbar. Die Arbeit ist dann nicht so hermetisch, nicht nur auf den Schlusspunkt hin gedacht, sondern geht über die eigentliche Produktion hinaus. Aktuell ist mein „Manson Stück“ zum Beispiel, was vor fünf, sechs Jahren ausgestrahlt wurde, Thema von Hausarbeiten für New Yorker Studenten. Arbeiten, die man gemacht hat, bewegen sich auf diese Weise weiter. Es entsteht eine Autonomie des Ereignisses.

Wie schätzen Sie die weitere Entwicklung des Hörspiels ein?

In diesem Punkt bin ich vielleicht der falsche Ansprechpartner, denn ich orientiere mich nicht am Markt. Vielmehr hat das, was ich mache, immer somatische Anlässe. Es folgt Bedürfnissen und Mängeln, ist eher an der Produktion, als am Markt orientiert. Auch wenn Marktmechanismen eher die Landschaft bestimmen, als die Bedürfnisse.

Technologisch betrachtet: Was ist zu erwarten?

In diesem Bereich hat sich eine Menge getan. Eine Entwicklung vom Tonband bis zum heutigen Arbeitsmedium dem Computer. Das Arbeiten ist viel variabler und dezentraler geworden. Ich kann heute einen großen Teil der Audiomontage dort machen, wo ich früher nur an den Texten arbeitete. Vergleichbar vielleicht mit der Bedeutung kleiner handlicher Kameras für das Autorenkino. Man hat heute einfach mehr Möglichkeiten. Und vor allem bezahlbare Möglichkeiten. Dies ist besonders wichtig für autonome Produktionen, um so die Kosten gering zu halten.

Welche Erwartungen stellen Sie an den WDR als Kulturproduzent und Kulturförderer?
Diesbezüglich bin ich eigentlich ganz zufrieden. Die Unterstützung, die wir durch die Redaktion und die Leitung erfahren, ist gut, und das ist heute nicht selbstverständlich. Als Hörer würde ich mir noch mehr Grenzgänge wünschen, sowohl formal als auch inhaltlich. Ich fürchte, dass im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, nicht nur im WDR, auch in den anderen Anstalten, immer stromlinienförmiger gedacht wird. Hier macht der WDR noch eine Ausnahme, da er nicht dem Trend zur ,Privatisierung der Inhalte folgt. Mehr Angebote neben dem Mainstream, das würde ich mir als Zuhörer respektive als Zuschauer wünschen. Noch vor 15, 20 Jahren war ich von Sendungen, auf die ich zwei-, dreimal im Monat stieß, nachhaltig beeindruckt. Das findet heute allenfalls ein-, zweimal im Jahr statt.

Hier käme es darauf an zu fragen, was man unter Kultur versteht. Würden Sie Rosamunde-Pilcher-Verfilmungen ebenso zur Kultur zählen wie die Buddenbrooks?
Schwierig, man stimmt ja immer mit der Fernbedienung ab. Was man nicht einschaltet, darüber hat man eigentlich schon geurteilt. Neulich erzählte mir Sophie Rois von einer Sendung „Die Unverbesserlichen“, auf die sie gestoßen ist und die vor 20, 30 Jahren lief. Sie war beeindruckt, wie gut diese Familienserie gemacht war. Dort wurden Inhalte transportiert, es wurde handwerklich sauber gearbeitet, es gibt Stellen, die durch Interesse unterhalten. Solche Aussagen spiegeln immer auch die Wahrnehmung von Zeitverhältnissen wieder. Wenn man nichts anderes erfährt, als das, was man hier um 20.15 Uhr serviert bekommt, dann verliert man Standards. Diese Standards definiert man nicht von oben, vielmehr sollte man sie von unten definieren. Einschaltquoten sind da mangels Vergleich eher fiktiv.

Wenn Sie dem WDR Punkte auf einer Skala von 1 bis 10 geben könnten, wo würden Sie die Bedeutung des WDR für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Regionen sowie in Bezug auf gesamt NRW veranschlagen?

Das ist zu vereinfachend. Generell kann ich sagen: der WDR bietet die Möglichkeiten, auch in einem größeren Spektrum und ist daher auch sehr wichtig für die Zuschauer wie für die Produzenten.

Der Kulturauftrag des WDR gibt immer wieder Anstoß zu politischen Debatten. Verfolgen Sie die politischen Debatten um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk?

Ja, allerdings nicht mit Intensität, ganz einfach, weil vor den Verlautbarungen, die Entscheidungen oft schon gefallen sind. Wichtig allerdings, dass man an der Medienpolitik bestimmte Entwicklungen früher erkennen kann als an der Wirtschaftspolitik.

„Eines der großen Dilemmata im Bewusstsein der Medien- und Kulturschaffenden ist, dass sie so furchtbar berufsstolz sind“

Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Journalisten und Schriftsteller Ulli Schauen

Welche Bedeutung hat für Sie der WDR als Auftraggeber?

Die Anzahl der Aufträge, die ich vom WDR bekomme, schwankt jährlich. In früheren Jahren arbeitete ich zu 90 bis 95 Prozent für den WDR. In den letzten Jahren ist der Anteil erheblich geringer geworden. Nach wie vor ist die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt aber einer meiner wichtigsten Auftraggeber.

Womit hängt die Auftragslage zusammen?

Ich arbeite themenzentriert, nicht an einzelne Redaktionen gebunden. Im Laufe der Jahre habe ich mir so einen großen potenziellen Kreis von Auftraggebern erarbeitet, vielleicht 200 Redakteure in ganz Deutschland. Wenn ich mir ein Thema überlege, dann wende ich mich mit dieser Idee sowohl an den WDR als auch an Deutschlandradio Kultur oder andere Sender. Zwar arbeite ich größtenteils mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, schreibe zusätzlich aber auch für Magazine im Printbereich oder nehme Aufträge internationaler Auftraggeber an.

Sie sind also in der glücklichen Lage, Ihre Themen selbst wählen zu können?

Ja, ich denke von den Themen aus, die ich dann versuche unterzubringen. Allerdings hat das Vor- und Nachteile. Man greift auf mich nicht als „festen“ freien Mitarbeiter einer Redaktion zurück, um mir Aufträge anzubieten. Also sind meine Akquise- und die anderen Anlaufkosten sehr hoch. So zu arbeiten, wird aber zunehmend schwieriger. Zukünftig werde ich mir überlegen müssen, ob ich mich redaktionell fester anbinde – und mehr von den Bedürfnissen einzelner Kunden her denke. Da der Markt sehr überlaufen ist, gerät der Einzelne bei den Redakteuren verständlicherweise schnell aus dem Blickfeld.

Es wird also zunehmend schwerer so zu arbeiten, wie Sie es tun?

Ja. Momentan überlege ich für die Neuauflage des WDR-Dschungelbuchs, das ich 2002 verfasst habe, was sich in den letzten Jahren geändert hat und folglich eingearbeitet werden müsste. Im Journalismus hat sich eine regelrechte Industrialisierung vollzogen. Als ich vor 20 Jahren mein WDR-Volontariat begann, und auch während meiner Redakteurszeit, war Journalismus noch mehr Handwerk. Heute kommt es

einer Serienproduktion gleich. Durch Rationalisierungsprozesse erhielten die Redaktionen immer mehr Aufgaben, die Programme wurden formatiert. Wie ein Zulieferer bei der Autoindustrie muss heute auch ein Journalist „just in time“ liefern. Die Anforderungen sind nicht mehr künstlerischer oder journalistischer Natur. Vielmehr lautet der Anspruch: Alles muss glatt gehen. Die passende Dienstleistung zur vom Auftraggeber vorgegebenen Lieferzeit genau an die vorgegebene Schnittstelle des Medienunternehmens – so zum Beispiel die neue Anforderung an die freien Mitarbeiter, fast alle für die WDR-Verwaltung relevanten Daten der Leistung selbst in das WDR-Computernetzwerk einzugeben.

Gibt es vor dem Hintergrund des Fortschreitens der Technik so etwas wie eine Amateurisierung in Ihrem Berufsbereich?

Teils teils. Es ist eine Aufweichung bisheriger handwerklicher Grenzen. Kameraleute im Regionalen sollen „mal eben“ den Text für einen Nachrichtenfilm mitliefern. Journalistische Mitarbeiter sollen selbst die Nachrichtenbilder zu den Infos mitbringen. Wenn also zu der Anforderung, das journalistische Handwerk zu beherrschen, noch die Anforderung hinzukommt, O-Töne selbst zu schneiden, ist das eher eine Erhöhung der Einstiegshürde.

Quereinstieg und Qualifizierung erst während der Arbeit durch „learning by doing“ – das hat es immer gegeben. Entscheidend ist, wie hoch dann noch die journalistischen, technischen und gestalterischen Anforderungen sind. Und daran hapert es. Gefragt ist nicht mehr das tolle Produkt, sondern die Serienproduktion – das voraussehbare und am grünen Tisch vorher planbare Produkt. Diejenigen, die als freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine entsprechende Denke mitbringen, haben es leichter auf dem Markt zu bestehen. Das hat sich leider auch in den Köpfen der freien Mitarbeiterschaft festgesetzt, eine Bewusstseinsveränderung.

Immer mehr Freie bieten sich einer Redaktion als „ständiger freier Mitarbeiter“ an, in einem regelrechten Bewerbungsverfahren. Einerseits müssten die Kollegen, die so ein Bewerbungsverfahren bestehen, wissen, dass sie kein bisschen abgesichert sind, anders als feste Mitarbeiter. Trotzdem sind sie teilweise mächtig stolz auf ihren Status als „feste Freie“ mit eigener WDR-Mailadresse und Nennung auf der WDR-Website der betreffenden Abteilung. Sie sind teils geradezu empört, dass sie sich nicht auch das WDR-Logo auf ihre eigene Visitenkarte drucken dürfen. Dabei schieben sie beiseite, dass sie sich als „Feste Freie“ zu 100 Prozent von der jeweiligen Redaktion abhängig machen und sehr verletzlich sind.

Von den Redaktionen ist das alles durchaus gewünscht, denn so sind diese Mitarbeiter immer auf Abruf verfügbar. Arbeit auf Abruf, von null auf hundert Prozent und wieder auf null. Die festen Freien machen es stets möglich. Prekarisierung – bei zum Teil nicht schlechtem Einkommen – ist die Begleiterscheinung. Das durch-

schauen aber die wenigsten, vielleicht verdrängen sie es. Sie geben eine gesunde Diversifizierung von Kunden zugunsten der Bindung an nur eine Redaktion auf.

Auftragnehmer sind aber nicht immer in der Lage, wählen zu können, oder? Manchmal gibt der Markt Bedingungen vor, die nur schwer änderbar sind.

Ich würde immer behaupten, dass jeder eine Wahl hat. Es steht jedem frei etwas anderes zu machen, wenn die Situation nicht mehr akzeptabel ist. Außerdem betrachte ich nicht allein das individuelle Verhalten, sondern auch das kollektive. Es braucht eine Verständigung darüber, welches Verhalten für die freien Mitarbeiter als Ganzes das Beste ist. Und wieso nicht tagsüber Kellnern und zum Wohlfühlen etwas Künstlerisches oder Journalistisches machen, wenn die Arbeitsbedingungen sowieso nicht mehr stimmen?

Mal ganz ehrlich, das würden Sie tun?

Das überlege ich durchaus. Wo ist die Grenze, wie viel Verschlechterung nehme ich noch in Kauf? Was ist der Preis der extremen Flexibilität und des Stresses? Eines der großen Dilemmata im Bewusstsein der Medien- und Kulturschaffenden ist, dass sie so furchtbar berufsstolz sind. Veröffentlichungen nehmen da einen so großen Stellenwert ein, dass sie sich einen Teil ihrer Arbeit mit ihren Autorenstolz abkaufen lassen. Dadurch wird die Arbeit billiger käuflich. Und die Medienindustrie, der öffentlich-rechtliche Rundfunk inbegriffen, nutzt das wie jede andere Industrie schamlos aus.

Neben dem WDR arbeiten Sie auch für andere Anstalten. In welchem Verhältnis stehen für Sie Aufträge des WDR zu Aufträgen anderer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten bzw. im Verhältnis zu privaten Sendern?

In der letzten Zeit mache ich vor allem Features für Deutschlandradio oder Deutschlandfunk. Auch für die BBC und das Norwegische Radio bin ich tätig. Ein Feature biete ich in verschiedenen Versionen an. Die Norweger haben einen norwegischen Text sprechen lassen, für die BBC wurden die Texte auf Englisch eingesprochen. Zusätzlich arbeite ich für Zeitschriften wie „M“ oder für Internetportale. Wenn es die Zeit zulässt, halte ich Schulungen ab. Und seit kurzem habe ich einen Vertrag über ein Buchprojekt.

Welche Rolle spielen Features im Hörfunk?

Features spielen besonders für Themen im Hörfunk eine bedeutende Rolle, weil sie eine Beschäftigung mit einer einzigen Thematik über mehrere Wochen hinweg zulassen. Man kann inhaltlich in die Tiefe gehen. In der Regel werden Features von Freien, weniger von Angestellten gemacht. Das ganze Programm profitiert da-

von. Fahren sie beispielsweise für ein Feature ins Ausland, versuchen sie immer, mehrere Produkte über die gleiche Thematik für unterschiedliche Sendungen zu produzieren, damit Aufwand und Kosten sich lohnen. Aber immer häufiger werden teure Reisekosten nicht mehr oder nicht mehr vollständig bezahlt. Die Produktion von aufwendigen Features wird immer schwieriger. Und auch auf Co-Produktionen wollen sich die Sender immer weniger festlegen, denn sie kosten sie hinsichtlich der Honorare ebensoviel, wie eine eigene Produktion.

Manche Kollegen reisen und recherchieren sogar auf eigenes Risiko und vertrauen dann darauf, dass das Feature von anderen Sendern übernommen wird und sie ein Wiederholungshonorar bekommen. Selbst das wollen Redaktionen eindämmen – sie streben ein „ARD-Feature“ an, das nur einmal bezahlt wird, und das dann von allen ARD-Sendern übernommen werden kann – analog zum ARD-Hörfunk-Tatort. Also einen Zentralisierung mit der Tendenz zum urheberrechtlichen Buy-out, mit dem sich das Genre Hörfunk-Feature selbst das Wasser abgraben wird. Ein gut gemachtes Feature wird damit nur noch zur großen Ausnahme mit Eventcharakter. Das wird aber von manchen Redaktionen nicht so gesehen.

Gibt es zurzeit spezielle Themen, die besonders oft angefragt werden?

Die Themen sind relativ gleich geblieben: Kultur, Politik, Wirtschaft. Bei der WDR-Redaktion meine ich zu beobachten, dass man sich verstärkt an Formaten des Fernsehens orientiert. „WDR.doc“ ist zunehmend so ein angebliches Rechercheformat – bei dem aber vorher bekannt ist, was bei der Recherche heraus kommen soll. Ziel ist es, irgendetwas „aufzudecken“. Zumeist ist alles an einem Aufreger ausgerichtet. Man nimmt eine bestimmte Position ein und will sich zusammen mit dem Zuhörer über etwas aufregen. Insofern haben sich weniger die Themen, sondern mehr deren Formatierung und Fokussierung geändert. Was wiederum bedeuten kann, dass manche Inhalte nicht mehr so gut unterzubringen sind. Auf der Strecke bleibt die Differenziertheit des genauen Hinschauens und Hinhörens.

Welche Auswirkungen hat das auf Ihre Arbeit? Können Sie sich überhaupt noch eine künstlerische Herangehensweise erlauben oder geht es zunehmend um leichte Unterhaltung und um die darauf zugeschnittene Auftragsarbeit?

Es geht leider zunehmend darum, was am Redaktionstisch über das zu liefernde Produkt entschieden und mit dem Autoren *vorab* vereinbart wurde. Das heißt jetzt nicht unbedingt seichte Unterhaltung, aber ein ganz bestimmtes Format ist gefragt. Der Autor als Individuum tritt dahinter zurück, denn die Autorenhandschrift ist nicht mehr gewünscht. Gewünscht ist stattdessen die Farbe, der Geschmack der Reihe, die beim Zuschauer gut ankommen soll.

Der Raum für den eigenen Anspruch wird also reduziert?

Ja, und das ist nicht nur kulturell, sondern auch politisch bedenklich. Nehmen wir das Beispiel Auslandsberichterstattung. Das Credo der Redaktionen ist hier, dass sich der Zuschauer mit Protagonisten oder mit dem Autoren identifizieren können muss. Folglich muss im Bericht oft ein „guter Deutscher“ vorkommen. Kommt beispielsweise nur ein Zulu in dem Beitrag vor, dann ist die Chance, ins Programm aufgenommen zu werden, viel geringer. Besser lässt sich verkaufen, wenn ein Deutscher seinen Zulu-Freund besucht. Das lässt sich angeblich an den Quoten ablesen.

Wie wichtig ist Ihnen, dass der Inhalt Ihrer Beiträge im Internet mit Fakten angereichert wird?

Grundsätzlich befürworte ich diese Praxis. Nur sollte der WDR diese zusätzliche Leistung der freien Mitarbeiter auch bezahlen. Oft sind das unbezahlte Mehrleistungen, Internettexpte und Fotos werden gleich mit bestellt, ohne dass sie etwas kosten sollen. Es entstehen neue Aufgaben, und teilweise laden sich das die freien Mitarbeiter und die Redaktionen freiwillig selbst auf. Für den Internetauftritt der Senderredaktionen steht meist nicht genügend Geld zur Verfügung. Anders ist das anscheinend bei der zentralen „wdr.de“ Internetredaktion.

Wie wird begründet, dass diese Mehrleistung nicht entlohnt wird?

Angeblich existiert hierfür kein Etat. Manche Redaktionen lassen sich da aber auch zu sehr von den Entscheidungsträgern unterbuttern. Sie selbst müssten sich für höhere Erats auf die Hinterbeine stellen. Schließlich wird in manchen Bereichen ja auch für die Mehrleistung bezahlt – es ginge also.

Sprechen wir über die Sendezeiten und Sendeminuten. Hat sich hier in den letzten Jahren etwas verändert? Wenn ja, in welcher Hinsicht?

Bestimmte Beiträge werden immer mehr an den Rand geschoben. Das betrifft aber nicht nur die Arbeit der Freien. Es hat sich festgesetzt, dass um 20.15 Uhr im TV die Soap oder der Trivialspielfilm gesendet wird, während ab 22.30 Uhr die ernsthafteren und anspruchsvolleren Sendungen und Filme gezeigt werden. Das WDR Fernsehen stellt hier keine Ausnahme dar. Im Radio ist das anders. Dort herrscht auch ein anderer Begriff von Prime Time. Wenn im Radio ein Feature um 20.15 Uhr ausgestrahlt wird, gerät es eher ins Hintertreffen.

Wird Ihres Erachtens eine angemessene Vergütung gezahlt? Hat sich die Vergütung in den letzten Jahren nach oben oder eher nach unten entwickelt?

Es gibt keine angemessene Vergütung. Fragt man den WDR, wird er sagen, er zahle im Vergleich zu den anderen ARD-Sendern gut. Es kann aber nicht das Argument

sein, dass es bei anderen noch düsterer aussieht. Durch die Nichtanhebung von Vergütungen ist der WDR mittlerweile in vielen Bereichen schon auf dem betrüblich niedrigen Niveau des Bayerischen Rundfunks. Dort werden 170, 180 Euro für einen üblichen Radiobeitrag bezahlt, ganz unabhängig von Aufwand und Rechercheintensität. Das ist keine Basis für eine angemessene Existenz als Fachkraft.

Es gibt die Fiktion eines angemessenen Tagessatzes für die Arbeit an Werken, die in diesem Zusammenhang vom Sender aufrechterhalten wird. Es existiert ein elektronisches Honorierungssystem, in das Tätigkeitstage der freien Mitarbeiterinnen eingegeben werden. Die Tage werden registriert, denn für den tariflichen Urlaubsanspruch ist eine Mindestzahl von Tagen nötig, 42 Tage im Halbjahr, außerdem sollen redaktionelle Freie Mitarbeiter nicht mehr als 60 Tage im Halbjahr für den Sender arbeiten, um das „Einklagen“ auf eine Angestelltenstelle zu verhindern.

Deshalb lügen WDR und freie Mitarbeiter den wirklich geleisteten Aufwand herunter. Die freien Mitarbeiter wollen vermeiden, dass sie nach Erreichen der Höchstgrenze für weitere Aufträge gesperrt werden – und der WDR will oft vermeiden, dass ein Urlaubsgeldanspruch entsteht. Für ein 10- bis 20-minütiges Kurzfeature auf WDR 5 zum Beispiel will die Redaktionsleitung nur maximal vier Tätigkeitstage anrechnen, auch wenn es erheblich länger gedauert hat. Dabei kommt nebenbei dann rechnerisch ein höherer Tagessatz für die Arbeit heraus, der nicht mehr als fiktiv ist – und den Gewerkschaften bei den Tarifverhalten nichtsdestoweniger entgegen gehalten wird als Argument dafür, es werde angemessen bezahlt.

Wenn hingegen der realistische Aufwand gerechnet wird, kommt ein Tagesumsatz heraus, der für Freiberufler inakzeptabel ist. Leider kalkulieren aber viele Kollegen nicht wie normale Freiberufler und rechnen so, als seien sie Angestellte. Aber Freiberufler haben Akquizeiten, Vorlauf, Grundkosten, Leerlaufzeiten, sie sorgen selbst für ihre Fortbildung und ihre Arbeitsmittel und tragen alleine das Risiko von Arbeitsunfähigkeit. 40 Euro pro Stunde wären das absolute Minimum für einen freien Mitarbeiter, der einigermaßen so gut gestellt sein wollte wie ein vergleichbarer Angestellter. Aber das kommt allenfalls noch bei Moderatoren oder fest eingepflanzten Tagesreportern im Fernsehen vor. Generell betrachte ich die Bezahlung für nicht angemessen.

Bedeutet das im Umkehrschluss, dass es einen verstärkten Zusammenschluss der Freien gibt, um sich dagegen positionieren zu können?

Das Ende der Fahnenstange scheint erreicht zu sein. Der Unmut unter den altgedienten Freien ist groß, nach langen Jahren von immer höheren Anforderungen für immer die gleiche – oder geringere Bezahlung. Nicht einmal die Preissteigerungen sind von Honoararerhöhungen aufgefangen worden. Leider hat man aber als Freiberufler in der Öffentlichkeit wenig Chancen auf Verständnis. Der Diskurs, der im

Moment läuft, betrifft einen Mindestlohn von 7,50 Euro bei abhängig Beschäftigten. Wie soll man der Öffentlichkeit klar machen, dass wir einen Mindestumsatz von 40 Euro die Stunde brauchen, in einem Feld, wo freie Mitarbeiter und Angestellte in ihrer Arbeitssituation miteinander gleich gesetzt werden. Das würde einen Rattenschwanz an Erklärungen nach sich ziehen und ist fast nicht vermittelbar. Folglich ist es schwierig, Druck aufzubauen. Die Sender machen es sich in punkto Honorarfestlegung sehr einfach. Oftmals liegt bei 400 Euro Tagesumsatz eine stillschweigende Höchstgrenze. Das ist eine absolute Milchmädchenrechnung bei dem Umsatz, denn beispielsweise werden die Leerzeiten und die unbezahlte Bereitschaft, ständig für den Auftraggeber einzuspringen, die natürlich ebenfalls Kosten verursachen, nicht mitgerechnet. Eine Diskussion über angemessene Vergütung findet aber nicht wirklich statt. Und entsprechend wird der WDR immer wieder behaupten, er zahle gut.

Gibt es ein Problem zwischen Festen und Freien? Eine Konkurrenzsituation?

Es gibt in der Tat Reibungen. Angestellte beneiden freie Mitarbeiter häufig darum, dass sie nicht so stark eingebunden sind, nicht zu den Dauersitzungen und quälenden Koordinationen im Sender sein müssen. Es gibt sogar eine Art von Futterneid. Es soll schon vorgekommen sein, dass der Leiter eines WDR-Studios einem freien Mitarbeiter ein Auto neidete, das größer war als seines – und anschließend die Aufträge an den Betreffenden knapper vergab. Andererseits haben auch viele freie Mitarbeiter eine negative Einstellung gegenüber Angestellten. Die festen Kameraleute zum Beispiel, so wird dann gesagt, haben ihren acht Stundentag, sie legen sich auch oftmals nicht so ins Zeug wie das freie Kameraleute tun, die sich auch mal zehn Stunden ins Zeug legen, um einen Dreh durchzuziehen und den Kunden WDR bei Laune zu halten. Auch viele angestellte Redakteure drehen lieber mit freien Teams. Die Angestellten, die mit Freien zusammenarbeiten, sind zum Teil regelrecht verschrien wegen ihrer Möglichkeiten einfach „Dienst nach Vorschrift“ zu machen. Das lässt sich auf keinen Fall verallgemeinern. Allerdings leisten die betreffenden „Fest“-Angestellten dem Trend zu Outsourcing Vorschub. Dass sie damit auch ihren angestellten Kollegen schaden, wird auch von denen so gesehen.

Letzte Frage zur Vergütung und zu den Buy-out-Verträgen. Wie werden die Internetrechte vergütet? Würden Sie die Internetrechte lieber eigenständig wahrnehmen und verwerten oder ist es Ihnen lieber, eine angemessene Vergütung für die Übertragung der Internetrechte zu erhalten?

Momentan ist in diesem Bereich viel in Bewegung. Für den Sender ist es natürlich günstiger, dem Urheber alle Rechte abzukaufen. Nach dem Urheberarifvertrag kauft der Sender den freien Mitarbeitern die Onlinerechte für einen bescheidenen

Zuschlag von 4,5 Prozent ab. Die Freien dürfen dann nicht einmal mehr ihre eigenen Manuskripte auf eine eigene Website stellen. Tut man es doch, wird ein solches Verhalten bestenfalls toleriert. Eine Selbstvermarktung ist aber ausgeschlossen. Kurioser Weise aber strotzt YouTube nur so von WDR-Beiträgen. Das wird hingenommen und darüber hinaus noch als Werbung angesehen. Wenn allerdings die freien Mitarbeiter aber auf die Idee kommen würden, als Gruppe ihre eigenen Werke zusammenzulegen und mit den Beiträgen beispielsweise ein eigenes Web-Verbraucherportal zu gründen, wäre der Teufel los.

Die neue Situation ist ja, dass nach dem Willen der Bundesländer in Zukunft der Sender vieles nur noch eine Woche im Internet zur Verfügung stellen darf. Und was passiert nach dieser Woche? Wieso sichert sich dauerhaft ein Sender ein Recht, das er nur sehr temporär nutzen kann? Warum darf ich die Beiträge dann nicht auf meine eigene Website einstellen? Für solche Fragen gibt es noch keine Regeln, darüber sollten die Gewerkschaften dringend verhandeln. Die Freien hätten durch eine für sie günstigere Vertragslage die Chance, ihre Produkte auf eine vernünftige Art und Weise zu vermarkten.

Welche weiteren Verbesserungswünsche würden Sie an den WDR herantragen?

In den öffentlich-rechtlichen Sendern der anderen Bundesländer gibt es Vertreter der freien Mitarbeiter im Personalrat. In NRW ist das nicht der Fall. Folglich kann der Personalrat immer sagen, er sei für die Belange der Freien nicht zuständig. Das hat zur Folge, dass die Kernbelegschaft gut und die Randbelegschaft schlecht vertreten wird – was in vielen Kleinigkeiten der täglichen Arbeit auffällt. Beispielsweise kümmert sich niemand wirklich um die Abläufe und die Gestaltung von Arbeitsplätzen, an denen freie Mitarbeiter im Sender sitzen müssen, beispielsweise die meist unzumutbar gestalteten Fernseh-Sichtplätze. Hier muss es ein Umdenken geben. Da ist der Gesetzgeber gefragt.

Außerdem wünsche ich mehr Transparenz bei den Etats des Senders. Für mich ist es immer wieder ein Rätsel, wo das Geld des WDR bleibt. Gebührenerhöhungen hat es ja gegeben – und die freiberuflichen Gebührenbeauftragten haben erfolgreich immer mehr GEZ-Zahler in NRW aufgestöbert. Wenn der Sender eine Ablaufrationalisierung betreibt, und das tut er ja, müsste er mit den Gebühren einigermaßen klar kommen. Und dennoch wird von ganz oben ständig die Parole ausgegeben, dass immer weniger Geld zur Verfügung steht und der WDR sich in einer Krise befände. Mein Eindruck ist, dass man jede „Krise“ ausnutzt, um die Bedingungen drücken zu können.

So wie es jetzt gehandhabt wird, kann man als Außenstehender den großen, undurchsichtigen Topf Honorare und Lizenzen überhaupt nicht entschlüsseln. Da ist alles drin: Sportrechte und Auftragsproduktionen, das große Event und die all-

tägliche Arbeit, Frank Plasberg und die kleine Hörfunkautorin. Und genau diese Undurchsichtigkeit scheint ja auch das Ziel des Senders zu sein. Wo aber bleibt das Geld wirklich? Ich wünschte mir vom Rundfunkrat, dass er für mehr Transparenz sorgt. Dann hätte das Spekulieren nach dem Verbleib des Geldes ein Ende.

Als Journalist empfinde ich es natürlich als äußerst unfair, dass über das Geldargument indirekt die Qualität gedrückt wird. Generell verhält es sich so, dass wenn über Qualität, Kultur und Wirtschaft im WDR geredet wird, die Tausenden von Freien als Faktor überhaupt nicht berücksichtigt werden. In der Eigenwahrnehmung wie in der Außendarstellung geht der WDR immer von der Mitte her aus, denkt von den Redaktionen her. Die Leistungen der „Trüffelschweine“, die im Land die spannenden Kultur- und Politikthemen ausgraben, die man als Journalist, der im Vierscheibenhaus sitzt, irgendwann nicht mehr richtig sieht, wird geradezu versteckt. Mein Wunsch wäre auch, dass die WDR-Abteilungen nicht immer wieder neue Aufgaben an sich ziehen, ohne dafür auch die Ressourcen zu haben. Das drückt logischerweise Qualität und Arbeitsbedingungen.

„Köln ist als Kunststadt insofern musikalisch vom WDR durch und durch geprägt“

Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Jazzmusiker Gabriel Pérez

Welche Bedeutung hat der WDR für Sie als Musiker?

Was der WDR macht, ist meiner Meinung nach unbezahlbar. Der WDR zeichnet viele Konzerte meiner Kollegen auf. Schließlich hat man als Musiker nicht immer die Zeit, die Konzerte anderer Musiker live zu erleben. Viele Konzerte finden mit Unterstützung des WDR statt. So z.B. die des Cologne Contemporary Jazz Orchestra, von dem ich öfter eingeladen werde.

Arbeiten Sie eng mit dem WDR zusammen?

Sommer vergangenen Jahres habe ich Arrangements für eine Produktion der WDR Big Band und Solisten der italienischen Folklore geschrieben. Einer der bisherigen Höhepunkte war dann definitiv die Verleihung des WDR-Jazz-Preises 2008. Diese Auszeichnung kann sicherlich als Wendepunkt verstanden werden.

Folglich ist ein deutlicher Anstieg des Bekanntheitsgrades durch den WDR-Jazzpreis zu verzeichnen. Hat sich dadurch Ihre Auftragslage verbessert?

Ja, natürlich sind durch das Preisträgerkonzert und die anschließende Radiosendung einige Musikinteressierte auf mich aufmerksam geworden, die mich vorher nicht als Komponist wahrgenommen haben. Für mich hat sich zeitgleich eine weitere Tür geöffnet, indem ich in das Leitungsteam des Landesjugendjazzorchesters NRW aufgenommen wurde. Eine Tätigkeit, die enorm viel Spaß macht und mit vielen spannenden Reisen verbunden ist und für mich eine weitere sehr anerkennende Auszeichnung bedeutet. Es hat sich also Vieles sehr positiv entwickelt.

Arbeiten Sie auch mit anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zusammen?

Ja. Derzeit schreibe ich an einem Auftrag des Percussionisten der NDR-Big Band Marcio Doctor, der übrigens schon damals auf meiner ersten in Deutschland produzierten CD gespielt hat. Und als Nächstes stehen zwei Konzerte mit meiner „Música Argentina“ mit der Big Band des Hessischen Rundfunks an.

Haben Sie für den WDR bereits Tonträger produziert?

Bisher noch nicht, aber eine Produktion meiner Musik mit der WDR-Big Band ist für Ende des Jahres geplant. Die Zeit wird zeigen, ob daraus eine CD wird.

Was ist das Besondere daran, wenn man mit der Big Band des WDR zusammenspielt?

Die Musiker, die in dieser Big Band spielen, haben eine ungeheure Bandbreite, was die Beherrschung unterschiedlicher Musikstile angeht. Sie werden jeder musikalischen Aufgabe gerecht. Um ein Projekt zum Klingen zu bringen, braucht man eine sensible Arbeitsatmosphäre, gute Planung und Infrastruktur im Hintergrund. Das alles habe ich bei der WDR-Big Band vorgefunden. Die Anstrengungen, die die Vorbereitung für mein Musikprojekt beansprucht haben, waren in der Probenwoche mit der WDR-Big Band wie weggeblasen, weil ich mich sehr aufgehoben gefühlt habe.

Wie ist die Zusammenarbeit mit der WDR-Big Band unter finanziellen Gesichtspunkten einzuordnen?

Ich bin sehr zufrieden!

Wie wichtig ist der WDR für die Jazz- und Musikszene in Nordrhein-Westfalen?

Ebenso wie die Musikhochschule ist auch der WDR in Sachen Jazzmusik nicht wegzudenken. Gemeinsam mit anderen Institutionen, zu nennen wären hier der Landesmusikrat NRW und das Landesjugendjazzorchester, ist er eine treibende Kraft in Sachen Musikförderung.

Ist der Musikstandort Köln nicht zuletzt deshalb so attraktiv für Musiker, weil es die Nähe zum WDR gibt?

Der WDR hat einen internationalen Ruf und ist daher ein Magnet für Musiker aus der ganzen Welt. Köln ist als Kunststadt insofern musikalisch vom WDR durch und durch geprägt.

Gibt es Ihrerseits Ideen oder Vorschläge, wie man die Jazzszene in Nordrhein-Westfalen darüber hinaus unterstützen könnte?

Ich bin sehr viel in Paris, eine Stadt, in der mit aller Selbstverständlichkeit verschiedenste internationale Folklore lebt und dir sehr alltäglich begegnet. Eine Portion mehr davon, insbesondere an Percussionisten, würde mir einen Wunsch erfüllen.

Gibt es noch Tätigkeitsfelder, die mehr WDR-Engagement bräuchten?

So spontan fällt mir nichts ein.

Wie wird die Entwicklung in der Jazzmusik in den nächsten zehn bis fünfzehn Jahren voranschreiten? Bezogen auf die Musik in Köln wie auf Ihre Zusammenarbeit mit dem WDR?

Es wird weiterhin einen Zuwachs an Musikern geben. Insbesondere die Anzahl an Arrangeuren hat meiner Beobachtung nach sehr zugenommen. Ich sehe das als eine positive Entwicklung, die die Konzerte „bunter“ macht. Mittlerweile hat Köln fünf beständige Big Bands, die das Repertoire der Arrangeure zum Hören bringen.

Bedeutet das nicht auch zwangsläufig, dass die Konkurrenzsituation unter den Musikern zunehmen wird?

Jeder Musiker hat seine individuelle Persönlichkeit und wird relativ passgenau engagiert. Ich werde als Instrumentalist oder Arrangeur angerufen, wenn es z.B. um südamerikanische Stilistik oder Weltmusik geht. Jeder hat seinen eigenen Stil und seine Sparte. Den Umgang miteinander finde ich sehr freundlich; das ist Köln. Denken Sie an die jungen Musiker aus dem Landesjugendjazzorchester. Sie entwickeln durch ihr Zusammenspiel sehr früh eine gesunde Einstellung zueinander. Allein die Konzertreisen in andere Länder und die damit verbundenen Erlebnisse schweißen eng zusammen. Davon profitieren sie sicherlich nicht nur selber, wenn sie z.B. auf die Musikhochschule kommen, sondern auch die zukünftige Gemeinschaftskultur unter den Musikern.

„Der Sender sollte wieder vermehrt den unmittelbaren Kontakt zu den Künstlern suchen!“

*Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Musikpromoter
Didi Stahlschmidt, Hömma-Dortmund*

Welche Bedeutung hat der WDR für die Musikwirtschaft in NRW, speziell im Ruhrgebiet und in Dortmund?

In Dortmund existiert nach wie vor ein WDR-Landesstudio, obwohl Teile davon mittlerweile abgewandert sind. Aber Dortmund ist nach wie vor im WDR präsent. Allerdings sieht man seit anderthalb Jahren deutlich weniger Kamerteams in der Stadt. Für den Musikbereich ist natürlich 1LIVE, das Aushängeschild des WDR, von besonderer Relevanz. Wenn ich auch sagen muss, dass 1LIVE ein sehr zielgruppenspezifisches Format zugrunde liegt.

Sehen Sie im WDR einen wichtigen Auftraggeber im Bereich der Musik? Sind hier Veränderungen in den letzten Jahren zu beobachten?

Er spielt eine Rolle. Ein wenig konstruktive Kritik am WDR sei aber an dieser Stelle erlaubt: Der WDR hat einen öffentlichen Auftrag, aber wenn ich an Musikförderung für den so genannten U-Musikbereich denke, dann fällt mir eigentlich nur 1LIVE und „Heimatkult“ ein. Alles andere betrifft die E-Musik. Auch Jazz und Weltmusik werden gefördert. Ich würde mir sehr wünschen, dass diesbezüglich ein Umdenken erfolgen würde.

Hatten Sie jemals Kontakt mit „1LIVE Heimatkult“?

Vor knapp anderthalb Jahren haben wir mit jemandem vom „Heimatkult“ einen Workshop in Dortmund durchgeführt. Ziel war es, Bands zu coachen. Diese Zusammenarbeit lief aber weniger über die Redaktion als vielmehr über einen der dort tätigen Redakteure, der in seiner Freizeit Spaß daran hatte, jungen Bands unter die Arme zu greifen und ihnen zu zeigen, wie man sich Erfolg versprechend bei 1LIVE bewirbt. Solche Aktivitäten mache ich an den Personen fest, nicht am Sender.

Die Musikförderung durch das Radio ist also verbesserungswürdig?

Ja. Ich habe schon oft versucht, Medienkooperationen mit 1LIVE einzugehen. Das ist aber schwierig bis unmöglich. 1LIVE müsste in diesem Bereich mehr machen.

Das hängt aber auch damit zusammen, dass beim WDR als Anstalt des öffentlichen Rechts der Rock 'n' Roll nicht unbedingt auf der Tagesordnung steht.

Konkrete Veranstaltungen mit Hömma und dem WDR gibt es folglich nicht?

Bis auf das Workshopbeispiel gibt es keine weitergehenden Kooperationen.

Die Förderung der Musikszene beschränkt sich auf einen speziellen Bereich der Musik?

Hinsichtlich der Musikförderung ist das popUp-Format, was früher „Triebwerk“ war, sehr aktiv. Auf Landesebene, wenn man den Bereich der U-Musikförderung betrachtet, ist eigentlich nur der Landesmusikrat NRW oder beispielsweise das Musiknetzwerk in Münster aktiv. Wichtig wäre, wenn diese mehr Gelder zugesichert bekommen, um die Arbeit zu intensivieren. Allerdings probiere ich, seit ich im Bereich Musikförderung aktiv bin, Gelder über Landestrukturen zu akquirieren. Politikern aller Couleur habe ich versucht zu erklären, dass mehr Fördergeld für Populärmusikförderung zur Verfügung gestellt werden müsste. Geschehen ist nichts. Denn generell stößt man auf wenig Verständnis bzw. taucht die Populärmusik auf Prioritätenlisten nicht gerade oben auf.

Förderung scheint demzufolge durch Eigeninteresse inspiriert zu werden?

Der populären Musik fehlt schlicht und einfach die stärkere Lobby. Fördermöglichkeiten gibt es so gut wie gar nicht. Vielmehr steht Populärmusik immer zugunsten anderer Bereiche hinten an.

Präziser gefragt: Gibt es spezielle Bereiche der U-Musik, die nicht einfach so am Mainstream partizipieren und dadurch hinten rüber fallen?

Im Grunde trifft das auf fast alle zu. Hierzu zwei konkrete Beispiele: Vor knapp anderthalb Jahren war ich an der Erstellung einer Musikwirtschaftsstudie für Dortmund beteiligt. Es wurden erstmals hard facts zusammengetragen: Umsätze, Ausbildungsstatistiken etc. So etwas hat es zuvor nicht gegeben. Folglich war es auch das erste Mal, dass die zuständigen Personen im Rathaus, wenn auch nur kurz, darüber nachgedacht haben, dass Musik ein harter Wirtschaftsfaktor und eben kein weicher, zu vernachlässigender Kulturfaktor ist. Ähnliche Ansätze gibt es auf Länder- und Bundesebene ebenfalls. Zukünftig wäre es interessant, für mehrere Städte solche Musikwirtschaftsberichte zu erarbeiten, auch um eine Vergleichbarkeit zu erhalten.

Ist die Auswahl der Bands auf 1LIVE stark quotenorientiert oder nicht?

Ja, schon. Eine größere Bandbreite bietet hier nur „Heimatkult“. Allerdings ist es interessant zu beobachten, welche anderen Strukturen noch zum Tragen kommen. Radio NRW macht, soweit ich weiß, gar keine Musikförderung. Die Campusradios machen genau das Gegenteil zu 1LIVE. Sie bedienen zu fast 100 Prozent eine Indie-Szene. Das aber leider nur im „Uni-Sendebereich“. Womöglich fehlt es 1LIVE an Senderaum, um Ähnliches auf die Beine zu stellen.

Ist in Zeiten von YouTube und MySpace die Selbstvermarktung einer der besten Wege der selbstinitiierten Newcomerförderung?

Wichtiger als MySpace ist die eigene Homepage der Bands. Ich arbeite nie zu intensiv in MySpace, denn diese Plattform spiegelt nicht wider, was eine Band wirklich macht. Viel wichtiger ist eine produzierte CD als ein Eintrag auf MySpace. Bei Bewerbungen bestehe ich auf eine gut gemachte Bandinfo mit Bandfoto und Material zum Hören. Ein Link auf YouTube oder MySpace ist da absolut nicht ausreichend. Und Live-Auftritte sind immer noch sehr viel wichtiger als ein Video im Netz.

Gibt es in NRW ausreichend geförderte Veranstaltungen und Events, auf denen sich junge Bands und Musiker präsentieren können?

Allein im Raum Dortmund existieren ungefähr 600 Bands. Die alle unter zu bekommen ist schwierig. Einige treten bei „Bochum Total“ oder „Rock in Ruinen“ in Dortmund auf. Jede Region hat ihre eigenen kleinen Festivals. Davon sollte es aber noch mehr geben, auch mit Unterstützung des WDR.

Ein weiteres Mittel der Bandförderung besteht in der Vergabe von Newcomer-Preisen. Welche Rolle spielen Ihrer Meinung nach die vom WDR vergebenen Preise für Musiker?

Die „1LIVE Krone“ ist sehr wichtig, ähnlich bedeutend wie der „Echo“. Formate wie „DSDS“ lasse ich unkommentiert. Den Preis zu bekommen ist die eine Sache, was man nachhaltig dadurch gewinnt, die andere. Konzepte wie „Campus Total“ halte ich hier für sehr sinnvoll. Die Gewinnerband erhält Studioaufnahmen, ganz unabhängig, aus welcher Musiksparte sie kommen. Damit erhalten sie die Chance, ihre Bekanntheit zu steigern. Die Zweitplatzierten erhielten ein Band-Coaching und als Drittplatzierter konnte man an einer Marketingberatung teilnehmen. Coaching für Bands ist sehr wichtig, hier gibt es einiges nachzuholen. Entsprechende Angebote sind von zentraler Bedeutung.

Wie viele Bewerbungen gehen bei „Campus Total“ bei Ihnen jährlich ein?

Jährlich haben wir etwa 200 bis 250 Bewerbungen.

Verfolgen Sie, was aus den Bands wird?

Auf der aktuellen Internetseite von „1LIVE Heimatcult“ sind einige Bands aufgeführt, die bei uns den einen oder anderen Preis gewonnen haben. Das ist doch ein Schritt in die richtige Richtung und ein schöner Erfolg.

Welche Auswirkungen hätte es auf die Musikszene, wenn es den WDR nicht geben würde?

Kann ich mir gar nicht vorstellen und wird auch nicht passieren.

Vorletzte Frage: Welche Wünsche stellen Sie an die Kulturpolitik hinsichtlich einer guten Musikförderung im Land?

Die Schaffung des Amtes eines Popbeauftragten des Landes NRW wäre gut. Im Rahmen von der Kulturhauptstadt 2010 könnte ein Etat zur Verfügung gestellt werden, durch den über das nächste Jahr hinaus ein bis zwei halbe Stellen geschaffen wurden, die in einem Rock- und Popbüro im Ruhrgebiet angesiedelt wären. Damit wäre der Musikförderung in NRW sehr geholfen.

Konkrete Wünsche an den WDR, was würden diese beinhalten?

Der WDR sollte mehr auf die Szene eingehen und das unabhängig von den daraus entstehenden Kosten. Basisförderung vor Ort sollte mehr im Vordergrund stehen. Die Auslobung der „1LIVE Krone“ u.Ä. ist ein Beitrag zur Musikförderung, kann aber nicht der Einzige sein. Ich fände es erstrebenswert, wenn der von mir bereits aufgeführte Workshopcharakter bei den Preisen mit aufgenommen werden würde. Außerdem sollten Musikredakteure durch das Land ziehen, denn es sollte jemand an der Basis sein, an der jeden Tag 1LIVE gehört wird. Das wäre auch für die Redakteure sehr erfrischend, sie säßen so nicht stets fernab des eigentlichen Geschehens in ihren Studios. Der Sender sollte wieder vermehrt den unmittelbaren Kontakt zu den Künstlern suchen! Darüber hinaus wäre eine Verstärkung der Medienpartnerschaften sinnvoll.

„Dort hört man Musik, die sonst nicht gesendet wird“

Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Musikpädagogen Prof. Dr. Jürgen Terhag, Hochschule für Musik und Theater Köln

Welche Bedeutung hat der WDR für die populäre Musikszene in NRW? Welcher Stellenwert kommt ihm hinsichtlich der Ausbildung und anschließender Beschäftigung im Vergleich zu den privaten Musiksendern zu?

In Bezug auf Populäre Musik (Jazz/Rock/Pop) spielt der WDR in der Region und besonders für Köln eine ganz entscheidende Rolle. Vor kurzem gab es eine musikalische Zusammenarbeit mit dem WDR und der Hochschule. Solche Kooperationen sind immer sehr motivierende Erlebnisse für die Studierenden. Im Gegenteil zu den „klassischen“ Musikbereichen bedarf die Mehrheit der Populären Musik im eigentlichen Sinne gar keines Sponsorings, denn besonders der Popbereich kann sich sehr gut selbst vermarkten.

Umso wichtiger ist es, dass der WDR sich auf Sparten konzentriert, die außerhalb des Mainstreams angesiedelt sind und an den nichtkommerziellen Rändern der Populären Musik liegen. In der Förderung solcher Musik liegt meines Erachtens eine der wichtigsten Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Einen förderungsrelevanten Nischenbereich deckte der WDR-Hörfunk zum Beispiel mit der Sendung „in between“ ab, die seinerzeit von Michael Rösenberg moderiert wurde. Dort wurde Musik vorgestellt, die zwischen Jazz, Neuer Musik und Pop angesiedelt war.

Ein anderer wichtiger Bereich ist heutzutage das Funkhaus Europa. In diesem Format beschäftigen sich die Macher im Musikprogramm mit einer kritischen und differenzierten Darstellung von Weltmusik. Hier ist der WDR nahezu vorbildlich. Und das nicht nur aus musikalischen und kulturellen Gründen, sondern auch aus sozialpolitischen. Die Wort- wie Musikbeiträge sind hervorragend zusammengestellt. Überdies dient das Format der Integration. Die dortigen Moderatoren sprechen oftmals mit erkennbar fremdsprachlich geprägtem Akzent und diskutieren auf einem sehr hohen Niveau über das Programm und die dazu oft in Relation stehende Musik, ohne dass deren unterhaltsame Vermittlung in den Hintergrund gedrängt wird. Der WDR leistet hier wichtige Arbeit.

Würden Sie sagen, dass der WDR in seinen Sendungen andere, fremde Musikkulturen genügend berücksichtigt?

Zwar ist es schön und notwendig, dass es so etwas wie „Funkhaus Europa“ gibt, andererseits muss man sich auch darüber im Klaren sein, dass eine solche Welle zum einen ein Nischendasein fristet und zum anderen eine Ghettobildung verursachen könnte. Besser wäre es meines Erachtens, wenn solche Inhalte in das reguläre Programm integriert und nicht separat stehen würden. Seit aber die Musikpsychologie in den 1980er Jahren die Sender durchleuchtet hat und die „Farben“ der Sender erfand, scheint ein Programm, das Überraschungen bereithält, nicht mehr machbar zu sein. Der Hörer weiß seit dieser Zeit bereits innerhalb der ersten Sekunden, um welchen Sender es sich handelt. Alles wurde durchgestylt. Persönlich empfinde ich diese Entwicklung als herben Verlust. In diesem Sinne stellt „Funkhaus Europa“ eine willkommene Alternative dar. Dort hört man Musik, die sonst nicht gesendet wird.

Wie kann es dem WDR gelingen, vermehrt junge Menschen an sein Programm zu binden?

Tendenziell besteht zwischen Kommerz und Pädagogik häufig ein Widerspruch. Unter pädagogischen Gesichtspunkten wäre es sinnvoll, dass zum Beispiel bei WDR 2 auch klassische Musik, Weltmusik oder Neue Musik zu hören sein könnte. Leider ist ein solcher Wunsch aber illusorisch. Wenn die Öffentlich-Rechtlichen ihren Bildungsauftrag wirklich ernst nähmen, müssten Radioteleute und Musikpädagogen verstärkt zusammenarbeiten und sich überlegen, wie es zu bewerkstelligen wäre, unser Musikleben in seiner ganzen Breite fesselnd zu präsentieren. Bleibt es bei der existierenden Nischenaufteilung, bedeutet das, dass sich die Publika im Laufe der Jahre immer stärker unterscheiden: Die Klugen werden immer klüger und die Dummen immer dümmer. Es gibt ja heute bereits eine Bandbreite vom Programm in nie gekannter Qualität bis hin zu dem auf Bildzeitungsniveau.

Eine solche Zusammenarbeit existiert also bislang nicht?

Überhaupt nicht. Der Schulfunk, der zugegebenermaßen sehr altmodisch und hausbacken war, wurde vor Längerem eingestellt. Um Jugendliche anzusprechen, müsste man andere Formate ausprobieren. Bei der Gewinnung von jungen Hörern ist 1LIVE schon erstaunlich erfolgreich; aber hier erklingt natürlich nichts Sperriges. Der WDR sollte hier verstärkt darüber nachdenken, wie Jugendliche und junge Erwachsene für ein anspruchsvolleres Programm gewonnen werden können. Das ist grundsätzlich kein Widerspruch.

Das Thema frühkindliche Bildung ist in aller Munde. Wie ist der WDR hier aufgestellt?

Das Format Lilipuz bedient diese Zielgruppe recht erfolgreich. Ich würde Kinder und Jugendliche noch mehr in die Planung, eventuell auch in die Moderation integrieren. Wir sollten uns als Erwachsener nicht erdreisten, jede kinder- und jugendkulturelle Ecke mit der pädagogischen Taschenlampe auszuleuchten. Ich würde den Kindern und Jugendlichen viel mehr selbst überlassen, sie in die Programmgestaltung integrieren. Dann wäre bereits die Produktion von Sendungen pädagogisch wirksam und Aktuelles wäre nicht pseudo-aktuell oder würde – wie so oft – aus jugendlicher Sicht spießig oder anbiedernd daherkommen.

Ein Grundproblem ist, dass die Musikpädagogik im Allgemeinen in den Medien immer noch als sehr konservativ betrachtet wird. Hier hat sich aber vieles verändert, Kunst wird zunehmend zum Anfassen präsentiert. Wenn man dagegen weiterhin die alten GEMA-Kategorien E- und U-Musik zugrunde legt, werden wir weiterhin U-Musik nicht „ernst“ nehmen und E-Musik nicht „unterhaltend“ präsentieren können. Diese Trennung ist im Rundfunk nach wie vor sehr stark präsent, obwohl sie aus musikpädagogischer Sicht vollkommen sinnlos erscheint. So ist beispielsweise Jazz, der gemäß dieser Kategorisierung zur U-Musik gezählt wird, nicht immer unterhaltsam – und will das oft auch ganz bewusst nicht sein. Und dass Mozarts „Kleine Nachtmusik“ zur E-Musik gerechnet wird, macht auch vom Wortsinn her wenig Sinn. Hier bräuchte man mehr Durchlässigkeit.

Werden denn die aktuellen Trends in der Jugendmusik im Lehrplan der Hochschule berücksichtigt?

Selbstverständlich. Musikpädagogik kann man mit jedem musikalischen Hintergrund studieren. Entsprechend wurden auch die meisten Eignungsprüfungen modifiziert. Stärker als früher konzentriert sich das Auswahlgremium darauf, die Stärken der Einzelnen herauszufiltern. Dieser Prozess ist noch nicht abgeschlossen. Es gibt noch zu viele talentierte junge Menschen, die hervorragend in der Schule arbeiten könnten, aber trotzdem am Nadelöhr Eignungsprüfung scheitern.

Klassische Berufsfelder für Musikpädagogen sind ...?

... vorrangig allgemein bildende Schule und Musikschule. Hinsichtlich der Berufsmöglichkeiten ist aber Vieles in Bewegung geraten. Im Zeitalter modularisierter Studiengänge gibt es nicht mehr *den* Studierenden, der auf ein bestimmtes Berufsziel hinstudiert. Die Übergänge werden immer fließender, so sind auch Kombinationsstudiengänge möglich. Hochschulabsolventen werden heutzutage zum Beispiel Kantor in der Kirche und unterrichten zusätzlich das Fach Musik in einer Grundschule o.Ä.

Der Kulturbegriff ist fester Bestandteil der medienpolitischen Diskussion. Würden Sie Rosamunde-Pilcher-Filme ebenso zur Kultur zählen wie die Buddenbrooks-Verfilmung?

Selbstverständlich. Alles, was mit dem Willen erzeugt wird, andere Menschen zu unterhalten, zu bilden oder ihnen neue Hörerlebnisse oder Ausdrucksmittel zu verschaffen, ist selbstverständlich Kultur. Das dümmste Werturteil im musikalischen Bereich ist der immer wieder gern benutzte Satz: „Das ist doch keine Musik mehr“. Man könnte allenfalls sagen: „Das ist *für mich* keine Musik“. Einem Klanggebilde, das als Musik konzipiert wurde, kann nicht abgesprochen werden, auch Musik zu sein. Es will Musik sein, also ist es auch Musik. Niemand kann und sollte sich hier zum Entscheider darüber aufschwingen, was „Musik“ ist und was nicht; man kann höchstens sagen, dass einem ein Musikstück nicht gefällt und dieses Missfallen auch meinetwegen gerne mit sehr deftigen Begriffen äußern, man kann sein Geschmackurteil begründen, aber mehr auch nicht.

Spielen die Medien eine Rolle in der Musikpädagogik?

Selbstverständlich, denn Musikpädagogik ist ganz stark auch Medienpädagogik: Musik wird heutzutage in aller Regel medial vermittelt; Kinder und Jugendliche haben immer weniger Live-Musikerfahrung. Das hat Vor- und Nachteile. Der Vorteil ist, dass das Musikangebot ungeheuer groß ist. Das ist zugleich aber auch schon der Nachteil, denn es gibt ein regelrechtes Überangebot an Musik. Auch die Zusammensetzung der Musik- und Medienlandschaft ist ein wichtiges Thema der Musikpädagogik.

„Die Arbeitsverteilung zwischen Festangestellten und Freiberuflern hat sich eingespielt“

Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Regisseur und Drehbuchautor Michael Meert

Welche Bedeutung hat für Sie der WDR als Auftraggeber?

Der WDR ist einer meiner wichtigsten Auftraggeber.

Sie arbeiten aber nicht nur für den WDR, sondern zum Beispiel auch für VOX. In welchem Verhältnis stehen für Sie Aufträge des WDR zu Aufträgen anderer öffentlich-rechtlicher Sender und im Verhältnis zu privaten Sendern?

Wahrscheinlich unterliegen alle Sender einem bestimmten regionalen Einfluss. Die zentrale großstädtische Lage des WDR wirkt sich meiner Meinung nach sehr positiv auf den Sender aus. Köln ist kulturell ungeheuer aktiv und diese Aktivität hat Strahlkraft auf die Anstalt. Generell ist die Zusammenarbeit mit den Privaten einfacher. Entscheidungen fallen schneller, es gibt weniger Gremien und die Wege sind kürzer. Und, nicht ganz unwichtig, bereits eine Woche nach der Auftragserteilung ist das Geld bereitgestellt. Ein weiterer Unterschied zwischen Privaten und den Öffentlich-Rechtlichen besteht in der Mitarbeiterstruktur. Bei VOX zum Beispiel sind alle Mitarbeiter und Entscheidungsträger sehr jung. Der Programmdirektor, mit dem ich damals zusammenarbeitete, war gerade mal 29 Jahre alt. Hier ist eine ganz andere Altersstruktur gegeben, was den Betrieb leider nicht, wie man annehmen könnte, lockerer machte, es herrschte aber ein völlig anderer Umgang miteinander, eine ganz andere Atmosphäre und ein anderer Arbeitsstil. Was natürlich nicht heißt, dass dort Kultur besonders groß geschrieben wird.

Sie arbeiten viel in Spanien. Gibt es dort etwas zum WDR Vergleichbares?

Das dortige Staatsfernsehen, für das ich arbeite, ist mit dem WDR oder den anderen öffentlich-rechtlichen Sendern nicht vergleichbar, auch arbeitstechnisch nicht. Der Arbeitsstil war bis vor etwa einem Jahr unsäglich: Außenstehenden wurde das Arbeiten sehr schwer gemacht. Alles in allem ist das hiesige öffentlich-rechtliche Fernsehsystem eines der besten der Welt. Ich kenne ungefähr fünf verschiedene Ländersysteme, Deutschland ist hier weiterhin mustergültig.

Kommen wir auf die Qualität im Fernsehen zu Sprechen. Steht der WDR nach wie vor für gute Qualität im Fernsehen?

Auf jeden Fall. Die Qualität ist mit der in Spanien durchaus vergleichbar. Die Programme sind auf die jeweilige Kultur zugeschnitten. In Spanien haben die TVE-Angestellten einen Staatsangestellten Charakter. Die Zusammenarbeit mit Außenstehenden ist nicht immer unproblematisch. Die Zusammenarbeit mit dem WDR ist hier viel angenehmer. Dort fährt man seit Jahren „doppelgleisig“. Die Arbeitsverteilung zwischen Festangestellten und Freiberuflern hat sich eingespielt.

Wird Ihrer Meinung nach die Qualität in den letzten Jahren gehalten?

Neben meiner Tätigkeit als Filmschaffender lehre ich an der Universität von Alicante Fernsehgeschichte und arbeite in dieser Funktion häufig mit viel Archivmaterial. Generell betrachtet ist eine deutliche Qualitätssteigerung im filmischen Bereich feststellbar. Schaut man heute Fernsehsendungen aus den 1960er und 1970er Jahren, wirken sie aus heutiger Sicht teilweise unfreiwillig komisch. Im Kulturbereich ist das visuelle Niveau der Filme, die in den 1960er Jahren gemacht wurden, allerdings hoch. Das lag vor allem daran, dass viele der damaligen Kameralente aus dem Kino und der Werbebranche kamen. Eine radikale Veränderung der Fernsehästhetik setzte mit der Einführung der EB-Technik (elektronische Berichterstattung) ein. Die EB-Technik hat besonders für den Bereich, in dem ich tätig bin, dem Dokumentarfilm, die Möglichkeiten erhöht, aber auch manchmal zu einer „ästhetischen Schlampigkeit“ geführt.

Die Arbeitsbedingungen haben sich schlichtweg verändert. Ein Filmkamerateam, der in den 1960ern nur eine kurze Filmrolle hatte, hat ästhetisch ganz andere Anforderungen an die Arbeit gestellt. Heutzutage wird einfach viel mehr gedreht, wodurch die Arbeit aufwendiger geworden ist. Außerdem versucht man ständig Arbeitstage einzusparen, so zum Beispiel beim Schnitt. Das ist ein großer Fehler, denn der Schnitt von heute erfordert mehr Aufwand. Allein schon aufgrund des technisch hohen Niveaus. Wenn ich heute daran denke, wie früher Film-Tonmischungen gemacht wurden, muss ich schmunzeln. Mit der neuen Technik kann auch der kleinste Knackser digital überarbeitet werden. Das hat allgemein zu einem absoluten Niveauanstieg der Produktion geführt. Über Inhalte will ich nichts sagen. Ich glaube aber, dass die inhaltliche Kritik zum Teil mit einer technischen Kritik zusammenspielt. Das muss man trennen.

Können Sie sich eine Veränderung hinsichtlich der Themen vorstellen? Gibt es Ihrer Meinung nach einen Trend zu seichteren Themen oder nicht?

Natürlich hat eine Veränderung stattgefunden. Die Medien sind generell in einer anderen Lage als sie es in den 1970er Jahren waren. Damals hatten sie eine Vor-

reiterrolle. Sie haben Themen neu angeschnitten, haben neue Themen entwickelt. Denken Sie etwa an den Umweltschutz oder die legendären Fernsehspiele. Das war beeindruckend, ist aber in der Form gar nicht mehr machbar. Der heutige Fernsehalltag ist von einer unglaublichen Konkurrenz bestimmt. Jedes Medium kämpft mit einer starken Massifizierung visueller Informationen.

Und besonders im Bereich der Dokumentarfilme. Bekommen Sie die noch an den Mann? Oder arbeiten Sie auftragsgebunden? Nach Auftragsvergabe?

Noch mache ich überwiegend Produktionen, die ich selbst entwickle. So zu arbeiten wird aber zunehmend schwieriger. Mittlerweile werden die Grundideen immer häufiger in den Redaktionen entwickelt. Die Redaktionen sprechen dann mit den Produzenten, die sich dann wiederum an die Autoren wenden.

Das Prozedere ähnelt dem in der Architektur: Ingeheim wird eine Art Wettbewerb ausgeschrieben. Die Redaktionen geben zum Beispiel ein Konzept für eine Serie mit dem Thema „Kellnern in Deutschland“ in Auftrag. Dann werden Produzenten in ganz Deutschland für ein Konzept angefragt. Viele Autoren werden dann für diese Idee ins Rennen geschickt und entwickeln Konzepte. Um so einen Auftrag zu erhalten, muss man im Vorfeld eine aufwendige Recherchearbeit leisten und ein Konzept erstellen. Und das alles, ohne einen Auftrag bekommen zu haben. Man tritt unvergütet in Vorleistung.

Diese Art der Auftragsvergabe ist sehr zu kritisieren. Leider hat dieses in Vorleistungstreten aber in den letzten Jahren stark zugenommen, was für die Filmemacher ganz schlecht ist. Es ist schlichtweg kontraproduktiv. Die Sender verleiten dadurch dazu, dass man viel routinemäßiger arbeitet. Stichwort Web-Recherche. Weil man für die wichtigen vorbereitenden Arbeitsschritte nicht mehr bezahlt wird, ist die Tendenz groß, standardisierte Exposé abzuliefern.

Mein Berufsethos, mein Anspruch an mich als Filmemacher ist aber ein anderer. Ich möchte qualitativ hoch stehende Filme machen, die etwas Zeitloses haben und über Jahre hin gezeigt werden können. Das erfordert eine ganz andere Art der Recherche.

Und die Phase der Ausarbeitung wird rückwirkend auch nicht vergütet?

Leider nur sehr selten. Es gibt nur sehr wenige Produktionsfirmen, die so fair sind. Gerade habe ich so einen Auftrag bekommen und bin in der glücklichen Lage, dass mir mein Produzent neben der Erstattung der Unkosten eine Honorierung zahlt. Eigentlich sollte das aber die Regel, nicht die Ausnahme sein. Ich bin Mitglied des Verbandes Deutscher Drehbuchautoren, der diesbezüglich ja seit Jahren mit den Sendern verhandelt. Der einzige Sender, der vor Jahren eine Art Tarifvertrag mit den Autoren abgeschlossen hat, ist Sat1. Für den WDR ist das, wie ich finde, ein

Skandal. Seit Jahren wird hier hart verhandelt. Auch die Buy-out-Verträge können dieser Problematik zugeordnet werden. Hier gibt es eine Menge Zündstoff.

Die Frage, ob Ihnen ausreichend Raum gelassen wird, um Themen zu entwickeln, ist vor diesem Hintergrund etwas obsolet, oder?

Zu meinem Glück arbeite ich größtenteils auf einem Gebiet, in dem ich wenig Konkurrenz habe. Die Redakteure und Produzenten wissen, dass ich etwas liefere, was kaum ein anderer liefern kann. Serien- bzw. Krimiautoren sind da in einer ganz anderen Situation. Ständig strömen junge Nachwuchsautoren nach. Es drängen jedes Jahr wesentlich mehr Absolventen der Filmhochschule auf den Markt als benötigt werden.

Wird auf Ihre Konzepte durch den Sender inhaltlich Einfluss genommen?

Ich habe mit allen Redakteuren, mit denen ich gearbeitet hab, gute Erfahrungen gemacht. Die mit ihnen geführten Diskussionen waren hilfreich und im Interesse eines guten Filmes und eines publikumswirksamen Produktes. Aber natürlich ist es so, der Auftraggeber bestimmt, was gemacht wird. Als Regisseur ist man vom Vertrag her weisungsgebunden, als Autor nicht. Als Regisseur ist man ein ganz hoch qualifizierter Handwerker, der im Prinzip das ausführt, was der Drehbuchautor entwickelt hat.

Haben sich die Sendeminuten und Sendeplätze in den letzten Jahren verändert? Wenn ja, wie?

Die Formatierung ist immer strenger geworden. Die Sendezeiten für Kultur haben sich verschlechtert. Das ist ein fataler Kreislauf. Leider richtet sich hier der WDR zu sehr nach der Einschaltquote, was ich problematisch finde. Denn ein öffentlich-rechtlicher Sender muss nicht wie die Privaten hohe Einschaltquoten erzielen. Er ist schließlich nicht von den Werbeeinnahmen abhängig. Es scheint, als liefen die Öffentlich-Rechtlichen den Privaten in Punkto Einschaltquoten hinterher, übernehmen zum Teil sogar die Führungsrolle und sind auch noch stolz darauf. Über den Inhalt von Fernsehfilmen habe ich einige Diskussionen mit ARD Mitarbeitern geführt. Da ging es um die Frage, warum muss ein Fernsehfilm, der am Freitagabend gesendet wird, ein Happy End haben. Diese Diskussion war eingebettet in eine öffentliche Debatte, da zuvor ein Papier bekannt wurde, in dem vorgeschrieben wurde, dass ein Fernsehfilm, der um 20.15 Uhr in der ARD gesendet wird, gemäß den Ansprüchen des Publikums ein Happy End haben muss. Wir haben ein durchstandardisiertes Fernsehprogramm. Egal, ob „Tatort“ oder „Lindenstraße“: Man weiß genau, was man bekommt. Das finde ich persönlich sehr schade, weil es auf eine kulturelle Stagnation hinausläuft.

Wie kann man diese Situation verbessern?

Die Realität wirft hier bestimmte Probleme auf. Als Lehrender weiß ich oft nicht, was ich meinen Studierenden raten soll. Wie sollen sie vorgehen? Kann ich ihnen guten Glaubens raten, dass sie mehr Wert auf ihre künstlerische Verwirklichung legen sollen als auf die Akzeptanz der Marktbedingungen? Nach kurzer Zeit im Berufsleben wären sie schrecklich enttäuscht. Die Sender suchen oftmals eben nicht nach Künstlern, sondern nach gut funktionierenden Handwerkern, die Fernsehserien erstellen. Was eine anspruchsvolle Arbeit ist, aber vielleicht nicht das, was sich viele nach Beendigung ihrer Ausbildung erhoffen.

Einer meiner engsten Freunde inszeniert Krimis für die ARD und für Sat1. Was er an einem Drehtag leistet, ist fantastisch. Aber es ist nicht unbedingt das, was man als „kreative Arbeit“ bezeichnet. Es ist eher ein industrielles Vorgehen. In der heutigen Ausbildung muss mehr darauf geschaut werden, wo die Talente des Einzelnen liegen. Heutzutage als Kinokünstler zu arbeiten, gelingt nur noch den Wenigsten. Andererseits will ich meinen Studierenden auch keinen puren Pragmatismus predigen. Als Lehrender steckt man da in einer ziemlichen Zwickmühle. Was macht es aber für einen Sinn, dass Filmstudenten darin geschult werden, einen 90-minütigen Dokumentarfilm zu machen, der künstlerisch sehr anspruchsvoll ist, nur um nachher feststellen zu müssen, dass es für solche Filme gar keine Sendeplätze mehr gibt.

Momentan stehe ich in Verhandlungen mit einem der großen Sender, der einen meiner Dokumentarfilme coproduzieren soll. Der Sender ist einer der wenigen, die noch abendfüllende Dokumentarfilme produziert. Für die Anzahl von sieben gezeigten Dokumentarfilmen im Jahr, gehen bei dem Sender im Vorfeld über 1.000 Angebote ein. Auf den Tischen der Redakteure liegen also 1.000 Skripte.

Das Thema Vergütung klingt bereits an. Empfinden Sie die Vergütung beim WDR und den Öffentlich-Rechtlichen generell als angemessen? Oder müsste hier nachgebessert werden?

Dadurch, dass wir Freien vom Manteltarifvertrag profitieren, der uns eine Basis garantiert, ist die Vergütung grundsätzlich annehmbar. Ich persönlich arbeite an vielen WDR-Produktionen mit. Meinen Vertrag schließe ich aber oft direkt mit einer Produktionsfirma, was etwas mehr Spielraum lässt. Ein entscheidender Konfliktpunkt, der immer mehr zunimmt, sind die weiteren Verwertungsrechte. Als Mitglied von ver.di und jemand, der am Aufbau der Mediengewerkschaft beteiligt war, verfolge ich die Entwicklungen hier ganz genau. Ich empfinde es als Unding, dass die Urheber bei der weiteren Verwertung nicht mehr berücksichtigt werden. Hier muss ein deutliches Umdenken im Sender stattfinden. An dieser Stelle sei zu betonen, dass wir die Filmemacher sind und die Archive der Öffentlich-Rechtlichen, die

buchstäblich Gold wert sind, füllen. Die Mehrfachverwertung wird zunehmen. Das Internet – um nur ein Medium zu nennen – bietet hier sehr viele Möglichkeiten, wodurch die Vertriebskanäle sehr viel besser geworden sind. Hier werden in Zukunft harte Verhandlungen geführt werden.

Wollen Sie die Internetrechte lieber selbst wahrnehmen und eigenständig verwerten oder wollen Sie lieber eine angemessene Vergütung für die Übertragung der Internetrechte erhalten?

Ich habe nur ein einziges Mal in einer Zusammenarbeit mit dem WDR die Verwertungsrechte für einen meiner Filme komplett bekommen und die DVD selbst vermarktet. Das Ergebnis war sehr positiv, allerdings habe ich selbst in die Sache sehr viel investiert. Nur so konnte ich das künstlerische Produkt auf den internationalen Markt bringen. Der Verkauf des Filmes läuft gut, die Mühe und die Investitionen haben sich also gelohnt. Die Verwertungsrechte in Verhandlungen mit dem Sender zu erlangen, ist aber zunehmend schwieriger geworden. Allerdings trete ich auch sehr selten als Produzent auf. Ich konzentriere mich mehr auf die Arbeit als Autor. Auch in diesen Fragen laufen momentan Gespräche zwischen den Produzentenverbänden und den Sendern. Das sind harte und zähe Verhandlungen, denn es geht um sehr, sehr viel Geld.

Buy-out-Verträge sind also die Regel?

Sie sind seit kurzem die Regel und werden wohl auch, geht es nach den Sendern, in Zukunft Standard sein. Bis vor wenigen Jahren waren Buy-out-Verträge so angelegt, dass man das übliche Honorar bekam plus 100 Prozent. Das ist heute nicht mehr der Fall. Hier ist eine ganz klare finanzielle Verschlechterung eingetreten. Serienautoren haben momentan durch solche Verträge mit Einbußen von 50 Prozent zu kämpfen und sind auf Wiederholungshonorare angewiesen. Das ist ein sehr heikles Gebiet. Ein regelrechtes Minenfeld, auf das man sich hier begibt.

Dokumentarfilme von Ihnen können auf den Seiten des WDR mit Fakten weiter angereichert werden. Wie wichtig ist Ihnen, dass der Inhalt ihrer Filme im Internet mit „aufbereitet“ wird?

Heutzutage ist das Internet das Hauptinformationsmedium. Nicht nur, was das TV-Programm selbst angeht. Meines Erachtens sollten die Fernsehsender ihre kompletten Serviceprogramme und Magazine, die in den letzten Jahren so geboomt haben, Schritt für Schritt auf reine Internetangebote umstellen. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen sollte sich von dem Servicegedanken praktisch verabschieden und sein Augenmerk darauf lenken, was es besonders leisten kann: nämlich die Produktion hervorragender Programme – also Filme. Das können andere Anbieter

nicht mit vergleichbarer Qualität. Bei Internetanbietern wie YouTube sind der Anreiz und das Angebot so groß, da kann das Fernsehen nicht mithalten.

Aber die Qualität ist natürlich unter aller ... Fernsehproduktionen erreichen schon rein kostentechnisch ganz andere Dimensionen. Sender wie der WDR sollten auf langlebige und gute Produktionen setzen. Egal ob Unterhaltung, Sport, Hochkultur – zukunftssträftig sind hier Qualität und Langlebigkeit. Die Kosten für gute Fernsehproduktionen sind mittlerweile so hoch, dass sie ein einzelner Produzent fast nicht mehr aufbringen kann, sondern auf die Unterstützung der großen Öffentlich-Rechtlichen, wie die BBC oder den WDR, angewiesen ist. Das ist die Sparte der Zukunft für die Öffentlich-Rechtlichen.

Auf diesem Feld kann ihnen keiner das Wasser reichen. In allen anderen Bereichen, wie im News-Business, werden nun diese ganzen IT-Multis ganz groß einsteigen. Die Idee vom „Service TV“ wird nicht mehr sinnvoll sein, denn den Service macht bald zu 100 Prozent das Web, da es schneller, flexibler und global ist. Fernsehen wird hier allenfalls in Nischenbereichen eine Rolle spielen können.

Nur ganz bestimmte Bereiche kann das Fernsehen besser abdecken. Wenn Fakten mit einem hohen Budget und einem Stamm qualifizierter Personen aufbereitet werden müssen, wird das auch der WDR in Zukunft leisten können. Man könnte auch viel mehr mit den Universitäten zusammenarbeiten. Ich habe das mit VOX und der Universität Alicante durchexerziert und es war äußerst produktiv.

Abschließend: Wie schätzen Sie die Entwicklungen der nächsten zehn, fünfzehn Jahre ein? a) inhaltlich, b) technologisch, c) arbeitstechnisch?

Nun will ich nicht besserwisserisch Verbesserungsvorschläge einbringen, denn ich sehe natürlich, wie komplex das Ganze ist und wie viele Ebenen ein Sender abdeckt. Was mir wichtig erscheint ist, dass Sender wie der WDR auf keinen Fall in die Defensive gehen dürfen. Seitens der Privaten und im Zuge der Philosophie der Konkurrenz werden ja unglaubliche Angriffe auf die Öffentlich-Rechtlichen gemacht. Man setzt sich am besten zur Wehr, in dem man herausragende Programme gestaltet, die eben nicht aus Quotenüberlegung heraus konzipiert werden. Der kommerzielle Gedanke sollte zugunsten eines neuartig spannenden Programms in den Hintergrund treten, das das Publikum fasziniert und überrascht. Der Zuschauer sollte wieder einmal sagen können: „Donnerwetter, dat het isch nit jedacht.“ Gewagte und experimentellere Formate sollten bessere Sendeplätze erhalten.

„Der WDR hat seine Rolle im Deutschen Film sehr verändert“

Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Filmmacher Edgar Reitz

Welche Bedeutung hat für Sie der WDR als Auftraggeber?

Der WDR spielte ja in den Jahren zwischen 1960 und Ende der 1980er Jahre eine sehr bedeutende Rolle im so genannten Neuen Deutschen Film. Die damaligen Redakteure im WDR waren von ihrem Werdegang her noch eng mit dem Kinofilm verbunden. Ihre Arbeit zeichnete sich durch eine große Liebe zur Filmgeschichte und zur Filmkunst aus. Zu ihnen zählten u.a. Günter Rohrbach, der damals beim WDR Leiter des Fernsehspiels war, oder der einstige Redakteur Joachim von Mengershausen, die sich beide um den Deutschen Film sehr verdient gemacht haben. In diesen Jahren trat der WDR klassischer Weise als Co-Produzent auf und arbeitete mit jenen freien Produzenten zusammen, die die künstlerische Seite in ihren Filmen stark betonten. Anfang der 1980er Jahre habe ich zusammen mit dem WDR die bekannte Serie „Heimat 1“ produziert. Ende der 1980er Jahre haben wir dann gemeinsam die „2. Heimat“ zustande gebracht. Wir waren Co-Produktionspartner, Partner auf dem freien Markt. In nachfolgenden Jahren war dieses Modell nur noch sehr selten realisierbar. Heute existiert eine Zusammenarbeit in der Form gar nicht mehr. Der WDR hat seine Rolle im Deutschen Film sehr verändert.

Was sind die inhaltlich gravierendsten Veränderungen im Film- und Fernsehbereich seit „Heimat 1“?

Die maßgeblichen Abteilungschefs und Redakteure, die damals tätig waren, sind heute entweder pensioniert oder zu anderen Sendeanstalten abgewandert. Folglich ist der WDR durch die personellen Entwicklungen nicht mehr so stark mit dem Filmgeschehen verbunden. Einen gestalterischen Dialog zwischen den Redakteuren, Autoren und Regisseuren gibt es heute in der Form, wie ich sie erlebt habe, nicht mehr.

Welche Rolle spielt hier die Quote? Der Zuschauer von heute ist an Serien gewöhnt, die ca. 25 Minuten dauern oder an Filme, die die 1,5 Stunden nicht überschreiten. Kann man den Zuschauer für ein Mammutprojekt wie die „Heimat“-Trilogie, die insgesamt 54 Stunden dauert, noch begeistern?

Nein, nach meinen Erfahrungen ist das sehr unwahrscheinlich. So etwas würde nicht mehr gesendet werden. Sicherlich spielen hier Quotenüberlegungen eine Rol-

le. Das betrifft aber nicht nur den WDR, sondern das gesamte öffentlich-rechtliche Fernsehen. Durch ihre von Konkurrenzdenken bestimmte Auseinandersetzung mit den privaten Sendeanstalten haben die Öffentlich-Rechtlichen einen Niveau-rutsch erlitten. Und das obwohl bei ihnen von der Struktur her diese Fixierung auf die Quote nicht erforderlich wäre, denn die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten leben ja nicht von Werbeeinnahmen, sondern finanzieren sich durch Gebühren. Eigentlich sind sie in ihren Entscheidungen frei. Dennoch richten sie sich nach den Vorgaben, die von den Privaten kommen. Das hat die Programmlandschaft verändert. Nach Außen wird das von den ARD-Chefs immer bestritten, in den internen Konfrontationen aber ist die Quotenfixierung total.

Gibt es diesbezüglich innerhalb der ARD-Anstalten Unterschiede?

Realitäten verschieben sich. So war der Bayerische Rundfunk im Bereich des Fernsehspiels bis Anfang des neuen Jahrhunderts ganz unbedeutend. Er war außerordentlich konservativ und hat sich in künstlerischen Angelegenheiten überhaupt nicht nach vorne getraut. Heute ist das vollkommen anders. Seit mehreren Jahren hat der Bayerische Rundfunk die Rolle als Partner für künstlerische Projekte übernommen, die einstmals der WDR innehatte. Das ist eine sehr erstaunliche Entwicklung.

Bedeutet das auch, dass es bestimmte Filme zunehmend schwerer haben, im Programm von heute vorzukommen? Ist es überhaupt noch möglich, Dokumentarfilme oder experimentelle Filme im Programm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks unterzubringen?

Bestimmte Formate gelten als nicht mehr sendbar. In der öffentlich-rechtlichen Senderfamilie stellt der WDR hier keine Ausnahme dar. Das Programmverhalten hat sich überall stark verändert. Und seit mehreren Jahren verwischt das spezielle Profil, das der WDR entwickelt hatte, immer mehr. Im WDR, der die größte Sendeanstalt der ARD mit den umfassendsten finanziellen Mitteln ist, hat eine ganz und gar konservative Haltung Einzug gehalten.

Welche Themen, welche Genres lassen sich noch gut unterbringen?

Für diese Frage bin ich vielleicht nicht der richtige Gesprächspartner. Ich verfolge ausschließlich meine Themen. Ich bin kein Produzent, der mit einer gewissen Warenpalette durch die Welt läuft und die verschiedenen Abteilungen der Sender anspricht. Meine Projekte sind ausschließlich von meiner künstlerischen und meiner persönlichen Sicht geprägt. Als Produzent bin ich deswegen vielleicht eine Ausnahme. Seit der „2. Heimat“ habe ich nicht mehr mit dem WDR zusammen gearbeitet. Zwar habe ich mit „Heimat 3“ noch mal einen Anlauf gestartet, bin je-

doch beim Sender abgeblitzt. Der WDR hatte an einer Fortsetzung der „Heimat“ kein Interesse mehr.

Und mit welcher Begründung wurde „Heimat 3“ abgelehnt?

Begründet wurde das nicht. Vermutlich waren Überlegungen der Quote ausschlaggebend. Als Erklärung verwies man damals auf die Beurteilung durch die ARD Programmdirektion in München, die angeblich eine übergeordnete Programmaufsicht hatte. Der entsprechende Entscheidungsträger hielt, wie man munkelte, „Heimat 3“ nicht für opportun. Die WDR-Fernsehspiel-Redaktion fürchtete wohl einen Gegendruck von Oben.

Seit „Heimat 2“ gibt es also keine Kooperation mehr mit dem WDR?

Seitdem nicht mehr. Die Zusammenarbeit kam vollkommen zum Erliegen.

Und eine Zusammenarbeit in Zukunft ist auch nicht mehr geplant?

Nein, so etwas steht nicht an. Nach vielen Anläufen bin ich schließlich mit „Heimat 3“ beim Südwestrundfunk gelandet und das Projekt konnte doch noch realisiert werden. Damit waren aber auch alle weiteren Möglichkeiten der Zusammenarbeit erschöpft. Für weitere Projekte haben sich dann auch dort keine Partnerschaften finden lassen.

Ist es für Sie leichter mit privaten Sendern zusammen zu arbeiten?

Überhaupt nicht. Da gibt es keinerlei Verbindungen. Den Privaten kann man diese Fixierung auf die Quoten aber nicht verübeln. Sie orientieren sich am Markt und müssen das auch, schließlich leben sie von der Werbung. Und ich kann mit meinen Produkten leider keine hohen Quoten garantieren. Zwar haben wir das mit „Heimat 1“ geschafft. Primär sind und waren meine Filme aber immer besonders erfolgreich im Export, nur nutzt das den Sendeanstalten nichts. Für den WDR wie für andere Sender auch ist es vollkommen irrelevant, ob das Produkt, das man zusammen gemacht hat, später weltweit zu sehen sein wird. Export gehört nicht zu ihrem Geschäft und ist nicht Teil ihrer Profilierung. Wenn ein gemeinsames Produkt in 30 oder 40 Ländern der Welt gesehen wird, dient das nicht der Profilierung des WDR. Er muss oder will Erfolge bei der Klientel in seinem Sendegebiet erzielen.

Überspitzt formuliert lautet Ihre Zustandsbeschreibung „Viel Kommerz, wenig Kultur im Fernsehen“. Müssen die Zuschauer mit immer seichter werdenden Themen rechnen?

Sicherlich! Aber das ist bekannt. Aus diesem Grund verliert das öffentlich-rechtliche Fernsehen von Jahr zu Jahr immer mehr die Intelligenz als Publikum.

Eigentlich hat es sie schon verloren. Außerdem ist das Programm der öffentlich-rechtlichen Sender bei der Jugend vollkommen unpopulär. Junge Leute sitzen an ihren Computern und machen Onlinespiele. Bei den Älteren sind es eben nicht die gebildeten Menschen mit Anspruch und Wissen, die das Programm sehen, im Gegenteil, sie wenden sich immer mehr vom Fernsehen ab. Aber diese Tatsache ist den Programmverantwortlichen egal, denn zahlenmäßig schlägt die Intelligenz nicht so zu Buche.

Wenn Sie Intendant wären, was würden Sie verändern um mehr Kultur und Anspruch in das Programm zu bekommen und gleichzeitig mehr Zuschauer zu generieren?

Ich würde mir gute Leute in die Redaktionen setzen. Personen, die auch wirklich eine Liebe zur Filmkunst haben und würde sie kontinuierlich machen lassen. Ich würde ihrer Leidenschaft und Liebe zu den Künstlern langfristig vertrauen. Sie wären frei und ohne Gängelung von oben.

Sehen Sie auch in Hinblick auf die Vergütung der Freien ein Problem? Führt der Rückgang der Vergütung zu einem simpler gestalteten Programm?

Die festangestellten Mitarbeiter der Rundfunkanstalten verdienen gut. Sie gehören zu den Privilegierten im Lande. Die freien Produktionsfirmen hingegen bewegen sich immer am Existenzminimum. In den meisten Fällen ist es so, dass die künstlerisch Verantwortlichen, von denen die Initiative für die Projekte ausgeht, auf ihre Honorare verzichten, damit das Projekt überhaupt zustande kommt. Bedenkenswert ist auch, dass die Honorare für Drehbuchautoren und Regisseure seit ca. 40 Jahren kaum gestiegen sind. Das heißt, ausgehend vom Geldwert verdienen sie heute etwa ein Drittel dessen, was sie als Freischaffende noch vor 40 Jahren verdienen konnten.

Haben Sie jemals Buy-out-Verträge mit dem WDR geschlossen?

Nein, das habe ich nie getan. Aber ich weiß, dass diese Verträge heute die Regel sind. Ich war Gott sei Dank berühmt genug, dass ich mir das nicht antun lassen musste. Aber mir ist auch bewusst, dass die junge Generation in diesem Punkt wehrlos ist.

Immer mehr Filme werden heute im Internet mit Fakten angereichert. Ist dies für Sie von Interesse?

Das ist ganz wunderbar. Ein Informationswissen rund um das Produkt ist immer gut. Je mehr die Leute über einen Film und dessen Hintergründe erfahren, umso besser. Dann können sie in das Verständnis der Dinge tiefer einsteigen. Das finde ich sehr positiv.

Abschließend möchte ich Sie um eine Prognose bitten. Mit welchen inhaltlichen, technologischen und arbeitstechnischen Entwicklungen wird der Film- und Fernsehbereich in den nächsten zehn bis fünfzehn Jahren konfrontiert sein?

Die technologische Entwicklung ist ganz rasant und nicht aufzuhalten. Es wird mit immer größeren Datenmengen bis in den letzten Haushalt hinein gehen, sodass audiovisuelle Programme in hoher Qualität in kurzer Zeit auf jedem Computer ankommen. Überall werden die notwendigen Speicherkapazitäten vorhanden sein. Die Programme werden sofort weltweit verfügbar sein. Das bedeutet zugleich, dass urheberrechtliche Probleme kaum noch lösbar sein werden. Die Anwendung des Urheberrechts, gemäß der Nutzungsart wie nach Nutzungsräumen, im Sinne der Lizenzgebiete, aber auch der Lizenzzeit, lässt sich bald nicht mehr regeln. Sobald ein Produkt öffentlich geworden ist, ist es überall. Es wird keine Kontrollmöglichkeit zum Schutz der Autoren mehr geben. Folglich wird die Kontrolle der Autorenrechte in Zukunft nicht mehr funktionieren. Ob freie mittelständige Produktionsunternehmen überhaupt noch eine Überlebenschance haben, ist fraglich. Wahrscheinlich werden nur noch weltweit agierende Konzerne die Lage beherrschen können. Es wird auch bei den Autoren mehr und mehr darauf hinauslaufen, dass sie ihr Geld mit der Herstellung unmittelbar verdienen müssen. Das heißt, sie werden nicht mehr beteiligt sein an den Erlösen, wenn etwas in der ganzen Welt Erfolg hat. Sie werden mit einem Honorar, das zu Beginn ausgehandelt wird, zufrieden sein müssen.

Die andere Entwicklung: Das Fernsehen als Leitmedium wird an Bedeutung verlieren, weil neben dem Fernsehen zahllose andere Angebote täglich auf die Menschen einströmen. Bei der Jugend sieht man das heute schon, die sitzen viel, viel mehr vor dem Computer als früher. Und diese Entwicklung wird auch dazu führen, dass die Programmaustauschwege über die Datenleitung sehr an Bedeutung gewinnen. Auch ist die Entwicklung hochauflösender Projektoren für das Heimkino so attraktiv, dass meines Erachtens das Fernsehen als institutionelles Medium sich neben anderen entstehenden Medien den immer enger werdenden Platz teilen muss. Da wird es auch innerhalb der klassischen Systeme zu enormen Krisen kommen. Ich bin ganz sicher, dass es große Krisen der Fernsehsysteme geben wird. Sie werden von dem hohen Sockel, auf dem sie jahrzehntelang standen, herunter stürzen.

Was mit dem Kino passiert, ist schwer zu sagen. Es wird in Zukunft mehr und mehr vom Eventcharakter leben. Es wird zu einem gesellschaftlichen Ereignis werden. Man sieht das heute schon an den Filmfestivals. Die boomen alle. Die „Berlinale“ wird von Jahr zu Jahr größer. So ist das mit den kleinen Festivals auch. Ich vermute, dass sich das Kino in eine Art weltweites Festivalkarussell verwandeln wird. Da wird es seinen Platz finden und sich behaupten und das zweite Jahrhundert überstehen. Also, das ist meine mittelfristige Prognose.

GESPRÄCHE MIT KULTURPARTNERN UND ANDEREN INSTITUTIONEN

Kulturpartner

„Maßgeblich ist, dass wir diese Präsenz in dem Kulturradio haben“
Stefanie Ernst im Gespräch mit Jolanta Nölle, Stiftung Zeche Zollverein 415

„Umgekehrt wird auch beim WDR hausintern die Kultur gestärkt“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit Prof. Franz Xaver Ohnesorg,
Klavier-Festival Ruhr* 420

„Durch die Kulturpartnerschaft haben wir Ansprechpartner
in den verschiedensten Bereichen gewonnen“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit Prof. Dr. Rainer Springhorn
und Monika Goedecke, Lippisches Landesmuseum Detmold* 426

Kunsthochschule für Medien

„Das WDR Fernsehen wiederum ist zu einem regional
grundierten Vollprogramm für die älteren Zuschauer mutiert“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Medienwissenschaftler
Prof. Dietrich Leder, Kunsthochschule für Medien Köln* 431

Industrie- und Handelskammer Köln

„An der Profilierung des Standortfaktors Kultur
hatte der WDR immer einen großen Anteil“
Stefanie Ernst im Gespräch mit Dr. Ulrich Soénius, IHK Köln 438

„Maßgeblich ist, dass wir diese Präsenz in dem Kulturradio haben“

Stefanie Ernst im Gespräch mit Jolanta Nölle, Stiftung Zeche Zollverein

Was hat Sie dazu bewogen Kulturpartner von WDR 3 zu werden?

Die Stiftung Zeche Zollverein ist seit 2002 Kulturpartner von WDR 3. Die Nähe zum WDR 3 haben wir aber bereits zuvor gesucht. Zeitgleich mit der Kulturpartnerschaft gingen wir eine Kooperation mit der WDR-Big Band ein. Lucas Schmid, der Manager der WDR Big Band, besuchte uns auf der Zeche Zollverein und war von dem Gelände und den Möglichkeiten, die es bietet, so begeistert, dass wir verabredeten, dass die Big Band hier regelmäßig spielen wird. Der WDR 3 erkannte unsere Potentiale und hat gesehen, was wir bereits alles leisten. Seit dem Eintritt in die Kulturpartnerschaft sind nun sieben Jahre vergangen und ich habe diesen Schritt keine Sekunde lang bereut.

Vor kurzem wurde der Kulturpartnerverein ins Leben gerufen. Können Sie uns die Hintergründe schildern?

Der Verein wurde während einer Versammlung aller Kulturpartner 2007 ins Leben gerufen und ist 2008 offiziell im Vereinsregister eingetragen worden. Ich habe die große Freude und Ehre, in dem gewählten Vorstand mitwirken zu dürfen. Gemeinsam mit Ilona Schmiel, der Geschäftsführerin des „Beethovenfests Bonn“ bin ich zur stellvertretenden Vorsitzenden ernannt worden. Den Vorsitz hat Prof. Dr. Gerhard Kilger, Direktor der „DASA“ (Deutsche Arbeitsschutzausstellung) in Dortmund. Eva Luise Roth vom „Landesmusikrat NRW“ ist unsere Schatzmeisterin und als ehrenamtliche Geschäftsführerin unterstützt uns Sylvia Schmeck von WDR 3.

Das Ziel des Vereines ist es, die Kultur des Landes NRW zu fördern und Netzwerke zu schaffen. Mitglied dürfen alle Kulturpartner des WDR 3 sein. Die Gründung des Vereins hat unter anderem einen rechtlichen Hintergrund. Als Verein können wir Spenden entgegennehmen und gemeinsam um Sponsoren werben, was zuvor nicht möglich war. Natürlich soll der Verein auch Platz für den Austausch untereinander liefern und zugleich Themen setzen. Was wir nicht wollen, ist den Landeskulturrat oder andere Kulturvereinigungen zu ersetzen oder zu verdrängen; das könnten wir auch gar nicht.

Was wir möchten, ist den Kulturpartnern des Kulturradios WDR 3 eine Stimme zu verleihen. So können wir zum Beispiel gezielt und konzentriert Sponsoren

ansprechen. Die Mitgliedschaft bei kulturPARTNERnrw e.V. steht auch Privatpersonen offen, die uns als Fördermitglied unterstützen können.

Ein so großer Event wie das Kulturpartnerfest würde dann also unter Federführung des kulturPARTNERnrw e.V. stattfinden?

Wir würden vor allem konzeptionell und koordinatorisch tätig werden und uns auf Sponsorsuche begeben. Die Bündelung der Kulturinstitutionen ist ungemein hilfreich bei der Gewinnung von Förderern. Nun müssen sich die einzelnen Einrichtungen nicht mehr gesondert an Sponsoren wenden. Wir bekommen dadurch ein ganz anderes Gewicht. Zum Beispiel können wir als Verein jetzt mit der „Ruhr 2010“ ganz anders reden als die einzelnen Partner das könnten. Ich kann noch nicht zu viel verraten, aber momentan beraten wir in einer Arbeitsgruppe, was wir an Projekten für die „Ruhr 2010“ durchführen wollen. Darüber hinaus werden wir im Vorstand kulturpolitische Themen erarbeiten und dafür Diskussionsforen anbieten.

Besitzen die Kulturpartner als Zusammenschluss der maßgeblichen Kulturinstitutionen in NRW eine besondere politische Schlagkraft? Finden Sie nun auch besseres Gehör seitens der Kulturpolitiker?

Man muss auf sich aufmerksam machen, um wahrgenommen zu werden. Das haben wir auch bislang sehr erfolgreich getan. Durch unsere eigene Internetseite und eine gezielte Pressearbeit erreichen wir eine gute Präsenz in der Öffentlichkeit. Von Seiten der nordrhein-westfälischen Landesregierung haben wir eine positive Resonanz durch die Grußworte vom Kulturstaatssekretär Grosse-Brockhoff bei der öffentlichen Präsentation des Vereins im Oktober '08 erhalten. Bei diesem Anlass haben der Kulturstaatssekretär wie auch Gerhart Baum, der Vorsitzende des NRW Kulturrates, an unserer kulturpolitischen Diskussion über Kreativität und Ökonomie teilgenommen. Wir verstehen uns als eine Art Dienstleister für die Kulturpartner und werden als solcher von der Kulturpolitik durchaus ernst genommen.

Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit der Kulturpartner untereinander? Greift die Idee der Vernetzung?

Das Netzwerk wird rege genutzt und funktioniert. Sie können sich vorstellen, dass man als Einzelner unmöglich achtzig gleichzeitige Kooperationen eingehen kann. Die Vernetzung untereinander wird genutzt, um auch gemeinsame Projekte in kleinerem Rahmen anzustoßen. Das ist wunderbar. Wir haben also auch regional eine gute Repräsentation in den Arbeitskreisen und die Kollegen diskutieren dort angeregt über Vorschläge zu angedachten Aktionen. Durch den persönlichen Kontakt im Rahmen der Kulturpartnerschaft sind natürlich auch viele Allianzen gegründet

worden und einiges wurde bilateral entwickelt. Früher hätte ich vielleicht nicht unbedingt über eine Zusammenarbeit mit dem „Marler Skulpturenmuseum“ nachgedacht, jetzt ist das selbstverständlich geworden. Der Erfolg liegt zudem in der Nachhaltigkeit der Kulturpartnerschaft.

Können Sie beschreiben, was sie als Kulturpartner zusammen mit WDR 3 für Projekte durchgeführt haben. Das Fest aus dem Jahre 2006 klingt ja bereits an. Gab es darüber hinaus noch weitere Aktivitäten, an denen Sie beteiligt waren?

Die Stiftung Zollverein hat in der Vergangenheit drei oder vier vom WDR 3 übertragene „Kulturpolitische Foren“ durchgeführt. Gleiches gilt für die Konferenzen der Kulturpartner, die hier häufiger stattfanden. Die Treffen, „Kulturpolitische Foren“ und das „Kulturpartnerfest“, all das hat nachhaltige Effekte erzielt. Die Menschen erinnern sich daran.

Zudem sind die Konzerte mit der WDR-Big Band immer ein großer Erfolg. Die WDR-Big Band spielt jährlich mindestens dreimal auf der Zeche Zollverein. Eine Premiere findet in Köln statt, die andere bei uns. Weltstars treten bei uns auf. Durch diese Kooperation haben wir ein sehr anspruchsvolles, niveaivolles Programm, das wir perfekt in unsere eigene Konzertreihe einbinden können. Die Veranstaltung wird sehr gut angenommen, der Saal ist immer voll. Auf uns allein gestellt würden wir die Weltstars vielleicht gar nicht bekommen.

Sehr wichtig sind auch die Trailer, die WDR 3 herstellt und die redaktionellen Besprechungen. Egal, ob sie positiv oder eher kritisch ausfallen. Maßgeblich ist, dass wir diese Präsenz in dem Kulturradio haben. Immer, wenn wir Kulturveranstaltungen stattfinden lassen, schicken wir zuvor alle Infos an WDR 3. Wenn dann eine Veranstaltung im Radio angekündigt wird, geht das mit einem wirtschaftlichen Nutzen einher. Denn als eine gemeinnützige Stiftung könnten wir uns eine teure Radiowerbung niemals leisten.

Es wäre ja denkbar, dass Ihnen dann die Trailer als Audiofiles zur Verfügung gestellt werden und Sie sie auf Ihre Homepage stellen.

Momentan wird das so noch nicht praktiziert, wir fänden den Gedanken aber sehr gut.

Hat sich die Anzahl der Besucher der Zeche Zollverein gesteigert, seit Sie die Kulturpartnerschaft eingegangen sind?

Im Jahr 2003 haben wir eine entsprechende Erhebung gemacht. Dabei wurden die Besucher gefragt, wie sie auf eines unserer Konzerte aufmerksam geworden sind. Wir waren erstaunt und sehr positiv überrascht zu hören, dass die Mehrzahl der Befragten über das Kulturradio von der Veranstaltung erfahren hat. Das hätten wir

in dem Ausmaß nicht erwartet. Zwar liegt das einige Jahre zurück und eine neue Besucherbefragung wäre wieder fällig, es zeigt aber doch, wie gut die Betrailierung funktioniert und das die Kulturpartnerschaft eine eindeutige Wirkung auf die Besucherquote hat.

Honoriert das der Zuwendungsgeber, dass Sie Kulturpartner sind?

Hier muss man zwischen Zuwendungsgebern und Sponsoren unterscheiden. Zuwendungsgeber ist meistens die Öffentliche Hand. Da die Stiftung Zollverein sehr oft mit privaten Sponsoren arbeitet, kann ich bei ihnen eine klare positive Resonanz feststellen. Oftmals wird mit Erstaunen konstatiert, dass wir Kulturpartner von WDR 3 sind. Die Reaktionen sind aber uneingeschränkt positiv. Und immer, wenn ich ein Angebot formuliere, erwähne ich die Kulturpartnerschaft. Wir bieten die Leistungen, die wir durch die Kulturpartnerschaft erhalten, ja quasi mit an. Für Sponsoren ist es reizvoll zu wissen, dass eine Veranstaltung, die sie unterstützen, möglicherweise von WDR 3 betrailert und dadurch stärker von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird.

Ich wuchere immer mit dem Pfund Kulturpartnerschaft und genau das ist auch meine Aufgabe. Würde ich es nicht explizit erwähnen, würde es nicht automatisch wahrgenommen. Bei den öffentlichen Zuwendungsgebern spielt dieses Argument vielleicht keine entscheidende Rolle, negativ gewertet wird es aber keinesfalls. Bei der Sponsorensuche ist die Kulturpartnerschaft von großem Vorteil. Allerdings wird durch sie die Zusammenarbeit mit anderen Medienpartnern manchmal ein wenig zögerlich. Das Kulturpartnerfest wurde z.B. von anderen Radiosendern nicht betrailert mit der Begründung, dass dies ja bereits durch den WDR 3 geschehe.

Haben Sie Verbesserungsvorschläge, was die Kulturpartnerschaft betrifft?

Diesbezüglich habe ich bereits einmal mit meiner Mitarbeiterin gesprochen. Wir fänden es ganz spannend, wenn die Kulturpartner ein Fenster bei WDR 3 bekämen. Neben der Betrailierung und der redaktionellen Aufarbeitung der Veranstaltungen könnten sich in diesem Fenster die Kulturpartner zum Beispiel im Wechsel einmal pro Woche präsentieren. Das Ganze müsste dann so gestaltet sein, dass es auch für die Zuhörer attraktiv ist. Aber das müsste dann der WDR 3 entscheiden. Das wäre ein Vorschlag unsererseits, der aber mit dem WDR 3 noch nicht abgestimmt ist.

Sind Sie mit der Internetpräsenz der Kulturpartner zufrieden?

Man könnte vielleicht das eine oder andere verbessern. Planungen in diese Richtung werden bereits umgesetzt. Generell gehöre ich aber zu den Menschen, die eher eine positive Einstellung haben. Der WDR listet die Kulturpartner auf seiner Seite

auf und wir sind verlinkt. Wir haben also eine kostenlose Präsenz, die wir ansonsten nicht bekommen würden. Das ist doch wunderbar!

Sie befinden sich gerade in einem spannenden Neustrukturierungsprozess; vieles ist im Umbruch und Einiges wird neu angestoßen ...

Ja, die Ereignisse rund um die „Ruhr 2010“ stehen kurz bevor. Wir haben zwei Projektideen, die wir mit anderen Kulturpartnern dazu erarbeiten.

Wenn Sie dem WDR Punkte für erbrachte Kulturleistungen geben würden, welche Zahl würde zu Buche schlagen? Ausgerichtet an einer Skala von 1 bis 10.

In der Rücksprache mit dem Haus haben wir uns auf 8,5 geeinigt. Ich persönlich bin sehr zufrieden mit dem WDR und insbesondere mit dem Kulturradio. Vor allem mit der vertrauensvollen Zusammenarbeit, der Kommunikation und der Kollegialität. Und überhaupt bin ich sehr dankbar, dass durch den WDR 3 die Möglichkeit geschaffen wurde, ein Forum für die Kultur zu installieren. Auch die finanzielle Unterstützung durch den WDR 3, sei es durch die Zurverfügungstellung von Personal oder durch die Betrienerung, ist sehr lobenswert und für uns Kultureinrichtungen ein wahres Geschenk. Ich hoffe auf viele weitere Jahre der guten Zusammenarbeit!

„Umgekehrt wird auch beim WDR hausintern die Kultur gestärkt“

Stefanie Ernst im Gespräch mit Prof. Franz Xaver Ohnesorg, Klavier-Festival Ruhr

Wie entstand die Idee der Zusammenarbeit mit dem WDR und WDR 3 im Speziellen beim „Klavier-Festival Ruhr“?

Durch meine früheren Tätigkeiten hatte ich bereits eine enge Bindung zum WDR, der ja bei der „KölnMusik GmbH“ Gesellschafter war. Die Intendanten Friedrich Nowotny und Fritz Pleitgen waren mir damals höchst verständnisvolle Gesprächspartner und so hatte ich beim „Klavier-Festival Ruhr“ das geradezu natürliche Bedürfnis, diese vertrauensvolle Beziehung weiter zu pflegen. Für eine Einrichtung wie die unsere ist es naturgemäß wichtig, die Partnerschaft zum WDR zu suchen. Als ich 2005 die Gesamtverantwortung beim „Klavier-Festival Ruhr“ übernommen hatte, wandte ich mich an Herrn Wittersheim, den stets partnerschaftlich und ideenreich agierenden E-Musikchef beim WDR, und fragte, ob sich der WDR regelmäßige Übertragungen vom „Klavier-Festival“ vorstellen könnte. Zudem wollten wir auch bei der Veröffentlichung unserer CDs zusammenarbeiten.

Von beiden Ideen waren Herr Wittersheim und der ohnehin höchst problembewusste und konzeptionell denkende Wellenchef Karl Karst sofort begeistert. Und so entstand rasch eine überaus konstruktive Zusammenarbeit, die nun schon vier Jahre lang reiche Früchte trägt. WDR 3 zeichnet jährlich zwischen zehn und vierzehn Konzerte auf und strahlt sie entweder über eine Festspielwelle oder über das Jahr verteilt aus. Das birgt für uns den großen Vorteil, dass das Festival so ganz praktisch eine Perpetuierung erfährt. Dadurch kommt es zu einer wesentlich intensiveren Bindung des Festivals an die Hörer bzw. an die Musikfreunde in NRW. Hinzu kommt, dass durch die Werbung mit Trailern im Rahmen der Kulturpartnerschaft die Nachfrage nach Karten deutlich gesteigert werden konnte.

Die Betrailung und das Ausstrahlen der Konzertmitschnitte ist für Sie also sehr wichtig. Produzieren Sie auch gemeinsam mit dem WDR Tonträger?

Hier sprechen Sie die neueste Entwicklung an. Zum einen produzieren wir bei unserer hauseigenen Edition „Klavier-Festival Ruhr“ mit dem WDR Tonträger. Dabei ist unsere eigene Technik in der Zwischenzeit so gut geworden, dass wir qualitativ dem Anspruch des WDR entsprechen. In solchen Fällen erwirbt der WDR dann lediglich das Senderecht. Diese Art der Zusammenarbeit hat sich außerordentlich bewährt, nicht zuletzt aus Kostengründen für beide Seiten.

Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit anderen Kulturpartnern? Gibt es so etwas wie Networking untereinander?

Die Zusammenarbeit mit anderen Kulturpartnern steht bei uns nicht so sehr im Vordergrund, weil wir auch vorher bereits sehr gut vernetzt waren. Enge Kontakte gibt es zu verschiedenen Kultureinrichtungen wie der „Philharmonie Essen“ oder dem „Konzerthaus Dortmund“. Für uns ist es besonders wichtig zu wissen, dass alle beteiligten Einrichtungen zusammen mit dem WDR einen bedeutenden Partner haben. Natürlich spiegelt sich der stetige Informationsaustausch mit den Kulturpartnern aber auch auf denkbar produktive Weise in der eigenen Arbeit wider. Umgekehrt wird auch beim WDR hausintern die Kultur gestärkt. Wenn Sie den Verlauf der Diskussion um die Reform von WDR 3 betrachten, dann war es glaube ich sehr gut, dass sich einige Kulturinstitutionen, die über Kulturpartner untereinander vernetzt sind, auch zu Wort gemeldet haben. Wir merkten an, dass die Werte, die sich der WDR im Laufe der letzten Jahrzehnte wie etwa beim „Klassik Forum“ geschaffen hat, nicht leichtfertig aufs Spiel gesetzt werden dürfen. WDR 3 selbst entwickelte ja sehr konstruktive Ideen, wie der kulturelle Reichtum eines Landes im Radio präsentiert werden kann. Sendungen wie „Mosaik“ und „Resonanzen“ halte ich für unendlich wichtig.

Eine ganz klare Win-win-Situation also?

Ja, ohne jeden Zweifel. Es ist ein sehr ausgewogenes Geben und Nehmen. Keiner von den Kulturpartnern könnte die Werbung durch die Trailer bezahlen; dazu sind die meisten Budgets viel zu knapp. Der Service, den der WDR erbringt, ist für die Kultureinrichtungen von ganz zentraler Bedeutung. Zumal es sehr zielgenaue „Werbung“ ist. Die Zielgruppe, die WDR 3 erreicht, ist ganz klar auch unser Zielpublikum. Auf diese Weise wird potentiell Interesse in konkrete Ticketkäufe verwandelt. Das Engagement des WDR ist somit in vielerlei Hinsicht wirklich beispielhaft.

Kürzlich musste ich daran zurückdenken, dass die „Kölner Philharmonie“, deren Intendant ich von 1983 bis 1999 war, in der Zeit des Ersten Irak-Kriegs auf Bitten des damaligen Bundespräsidenten von Weizsäcker ein Gastspiel mit der „Staatskapelle Dresden“ unter Leitung von Daniel Barenboim in Tel Aviv geben sollte. Es war kurz nach der Wiedervereinigung. Dabei sollte ein Konzert in Dresden, in Köln und in Tel Aviv stattfinden. Als der Krieg ausbrach, konnten bzw. durften wir aus Sicherheitsgründen nicht mehr nach Tel Aviv reisen. Doch zusammen mit dem WDR konnten wir den Plan realisieren das zweite Konzert live nach Israel zu übertragen. Das war eine ganz unglaubliche Leistung, denn die Menschen in Israel konnten damals ihre Häuser nicht mehr verlassen. Auf diese Weise konnten sie über den Weg der Fernsehübertragung unsere Solidarität spüren – dank der

Sensibilität und der ARD-internen Durchsetzungsfähigkeit der damaligen Fernsehredaktion des WDR. Wenn Sie so wollen, war dies genau die Partnerschaft, die man als Kulturinstitution zu einer Rundfunkanstalt haben sollte. Durch die verstärkte Zusammenarbeit mit dem öffentlich-rechtlichen Sender werden solche Projekte erst möglich. Der WDR hört in die Institutionen hinein und erhält ein erstklassiges Echo von ihnen zurück.

Hat die Kulturpartnerschaft einen konkret finanziellen Nutzen für Sie?

Das kann ich uneingeschränkt bejahen. Besonders hervorzuheben ist die Tatsache, dass durch die Berichterstattung des WDR landesweit Publikum generiert werden kann. Die Menschen sind heute sehr viel mobiler als noch vor fünf Jahren. Musikfreunde aus Dortmund fahren heute zu Konzerten nach Duisburg und umgekehrt. Ohne die überregionale Ausstrahlung gäbe es diese Durchmischung sicher nicht, jedenfalls nicht in dieser Intensität. Auf diese Weise erfahren die Menschen in Nordrhein-Westfalen mehr über das „Klavier-Festival“ und lernen mit Unterstützung des WDR den Reichtum des eigenen Landes besser kennen. Wenn wir es schaffen, für die Menschen im Ruhrgebiet so attraktiv zu sein, dass sie für Konzerte in andere Städte fahren, dann haben wir viel erreicht. Damit die Besucher merken, wie gut vernetzt das Ruhrgebiet und die jeweiligen Spielstätten miteinander verbunden sind, drucken wir auch die Fahrpläne bzw. die Linienpläne in unserem Programm mit ab. Solche Maßnahmen zeigen große Erfolge.

Engagiert sich der WDR über die Kulturpartnerschaft hinaus beim „Klavier-Festival Ruhr“?

Wir bemühen uns sehr stark auch das WDR Fernsehen stärker mit einzubeziehen. Im letzten Jahr z.B. arbeiteten wir erstmals und sehr erfolgreich mit 3sat zusammen. Das WDR Fernsehen hatte leider trotz einer europäischen Erstaufführung durch sein eigenes Sinfonie-Orchester kein Interesse daran. Es wäre natürlich wünschenswert, wenn sich das ändern würde. Andererseits ist die Zusammenarbeit im Hörfunk geradezu modellhaft – im Fernsehen kann sie das ja noch werden. Das Fernsehen muss den kulturellen Reichtum des Landes scheinbar erst noch entdecken. Dies betrifft im Besonderen auch die lokalen Festivals, wenn Sie einmal von den erfreulich häufigen Übertragungen von der „MusikTriennale Köln“ (die ich einst selbst initiierte) und der „RuhrTriennale“ des Landes NRW absehen.

Hat für Sie die Kulturpartnerschaft auch negative Auswirkungen?

Eigentlich nicht. Bei den privaten lokalen Radiosendern ist das Interesse an kulturellen bzw. an klassischen Programmen einschließlich Jazz leider ohnehin relativ gering, so dass hier keine direkte Konkurrenz entsteht. Ob wir bei den Lokalen

vorkommen, hängt sehr stark von den einzelnen Mitarbeitern und deren Interesse oder eben auch Desinteresse für klassische Musik ab. In Bezug auf die Kulturpartnerschaft stellen wir jedoch fest, dass sich das Meiste mit der Zentrale in Köln abspielt. Die Zusammenarbeit mit den jeweiligen Studios des WDR etwa mit Essen oder Dortmund halte ich für steigerungsfähig.

Sind Sie Teil des Kulturpartnervereins?

Ja, wir unterstützen dieses Projekt aus Überzeugung.

Wieso war es für Sie wichtig, in den Verein einzutreten?

Weil wir dadurch eine weitere Plattform erhalten haben, auf der wir uns als Kulturpartner insgesamt artikulieren können.

Wenn man die Kulturpartnerschaft und den Kulturpartnerverein zusammen betrachtet, dann ist das ja schon ein ganz schönes kulturpolitisches Schwergewicht. Haben Sie dadurch Einfluss auf die Kulturpolitik gewonnen?

Ich glaube, dass der Respekt und die Aufmerksamkeit, mit denen Kulturpolitiker und die Politik insgesamt die Qualität des WDR nun begleiten, zugenommen haben. Wir haben es durch die WDR 3-Kulturpartnerschaft und den Kulturpartnerverein geschafft, sehr effizient und vor allem absolut fokussiert die Interessen Einzelner zu bündeln. Solche Zusammenschlüsse sind sicher auch nicht unwichtig für die rundfunkpolitische Diskussion. Durch uns kann der WDR belegen, dass er seinen Kulturauftrag auch wirklich umsetzt. Die Realisierung des Rundfunkziels „Kultur“ im Programm ist durch diese aktive Kulturpartnerschaft sehr gut gelungen.

Sind konkrete Auswirkungen auf die Politik tatsächlich feststellbar?

Die Kulturpartnerschaft wird besonders vom WDR-Rundfunkrat beachtet, was sich wiederum positiv auf die Politik des Hauses insgesamt auswirkt. Ein solches Gremium als Fürsprecher zu haben, ist natürlich nützlich. Auch die Nachfragen, die es insbesondere seitens des Rundfunkrats in Sachen Programmreform gegeben hat, wären wahrscheinlich ohne die Kulturpartnerschaft so nicht zustande gekommen. Das muss man ganz klar sehen. Und die Reform empfinde ich als außerordentlich respektabel. Ich freue mich wirklich sehr darüber, dass sie gelungen ist.

Wenn wir die klassische Musikszene in NRW betrachten, welche Bedeutung kommt dem WDR bei deren Förderung zu?

Der WDR selbst tritt ja in vielen Fällen als Veranstalter auf und ist dadurch natürlich ein absoluter Faktor in der Wahrnehmung von Musik und Kultur in NRW.

Meines Wissens ist er sogar der größte Veranstalter, den es in diesem Bereich in NRW gibt. Zum anderen ist er durch seine Klangkörper natürlich ein ganz wichtiger Partner. Beim „Klavier-Festival Ruhr“ gehen wir regelmäßig eine Partnerschaft mit dem WDR-Symphonieorchester und mit der WDR-Big Band ein. So konnten wir beim „Klavier-Festival“ im vergangenen Jahr die europäische Erstaufführung des Klavierkonzerts von Tan Dun, das Lang Lang erstmals unter der Leitung des Komponisten gespielt hat, präsentieren. Das war europaweit ein überaus wichtiges Ereignis, denn die Uraufführung war kurz davor in New York gewesen. Zu unserem großen Bedauern hat das WDR Fernsehen dieses Highlight nicht übertragen. Dankenswerter Weise konnten wir aber ZDF/3sat dafür gewinnen, so dass das Konzert im gesamten deutschsprachigen Raum ausgestrahlt wurde.

Können Sie etwas zur Bedeutung des WDR hinsichtlich der Auftragslage der Musiker sagen?

Da kann ich auf meine Erfahrungen während meiner Kölner Tätigkeit zurückgreifen. Für die Musiker in NRW hat der WDR als Produzent und Auftraggeber eine erhebliche Bedeutung. Er muss diese Bedeutung auch haben. Wenn eine Rundfunkanstalt ihren Kulturauftrag ernst nimmt, – und das tut der WDR dankenswerterweise – dann engagiert sie sich entsprechend. Hervorzuheben sind hier zum Beispiel die Beteiligung bei den „Tagen der Alten Musik“ in Herne, die Zusammenarbeit mit den Festivals in Moers oder den „Jazztagen“ in Leverkusen.

Herr Professor Ohnesorg, wenn Sie dem WDR auf einer Skala von 1 bis 10 Punkte geben könnten, wo würden Sie die Bedeutung des WDR für die Kultur- und Kreativwirtschaft in den Regionen sowie in gesamt NRW einordnen?

Hier würde ich differenzieren. WDR 3 würde ich ganz klar die Höchstpunktzahl von 10 Punkten geben. Beim WDR Fernsehen sehe ich deutliches Verbesserungspotential, es liegt mehr im Mittelfeld, aber mit gutem Willen lässt sich das ja ändern.

Welche Verbesserungsvorschläge würden Sie einbringen, wenn der WDR danach fragen würde?

Der WDR sollte sich dafür einsetzen, dass in Bezug auf Musik die Durchsetzungsfähigkeit der WDR Fernseh-Redaktion innerhalb der ARD wieder stärker wird.

Abschlussfrage: Würden Sie sagen, dass der WDR in hinreichendem Maße auch weniger etablierte Musiker fördert?

Gemeinsam mit der Leitung von WDR 3 und insbesondere auch mit der Musikabteilung von WDR 3 sind wir der Überzeugung, dass genau darin eine besondere

Herausforderung besteht. Wir haben beim „Klavier-Festival“ der Nachwuchsförderung einen großen Stellenwert eingeräumt. Insbesondere die „Young Professionals“ liegen uns am Herzen. Wir laden junge Pianisten ein, die Wettbewerbe gewonnen haben, oder Pianisten, die uns zum Beispiel durch namhafte Dirigenten wie Daniel Barenboim empfohlen werden.

Gerade an den Konzerten mit dem musikalischen Nachwuchs zeigt der WDR-Hörfunk immer großes Interesse. Durch eine Ausstrahlung im Radio entsteht für die jungen Pianisten eine für sie optimale Förderung. Im Nachgang zu diesen Ausstrahlungen veröffentlichen wir dann gemeinsam mit „FonoForum“ von den Konzerten eine CD, auf der die jungen Künstler porträtiert werden. Bei „FonoForum“ erscheint dann eine CD-Beilage, immer mit dem WDR-Logo versehen, egal ob für die jeweilige Produktion eine konkrete Partnerschaft besteht oder nicht. Wir gehen inzwischen bei jeder CD-Veröffentlichung aus Solidarität mit WDR3 so vor. Die Auflage liegt hier jeweils bei knapp 20.000 Exemplaren, was für den Klassikbereich eine enorme Größenordnung darstellt. Zusätzlich geben wir jährlich eine CD Box mit sechs jungen Pianisten heraus, die der WDR z.T. in sein Programm aufnimmt.

Es ist für die jungen Künstler natürlich von großem Vorteil, wenn es erst eine Live-Übertragung gibt und anschließend Tonträger produziert werden, die sodann für weitere Sendungen des WDR eingesetzt werden. In dieser Zusammenarbeit kann man eigentlich nicht viel optimieren, denn sie ist denkbar gut. Uns ist dabei durchaus bewusst, dass so etwas von den Finanzmitteln abhängt, die WDR3 zur Verfügung stehen. Im Hörfunk fehlt es jedenfalls nicht am Engagement und der notwendigen Leidenschaft der Redaktion und der Leitung von WDR3. Dort zählt einfach nur Qualität und diesem Kriterium stellen wir uns gerne.

„Durch die Kulturpartnerschaft haben wir Ansprechpartner in den verschiedensten Bereichen gewonnen“

Stefanie Ernst im Gespräch mit Prof. Dr. Rainer Springhorn und Monika Goedecke, Lippisches Landesmuseum Detmold

Warum haben Sie sich dazu entschlossen Kulturpartner von WDR 3 zu werden?

Das Lippische Landesmuseum wurde als eine der ersten Institutionen vom WDR angesprochen. Beworben haben sich seitdem viele Institutionen und es stehen auch viele weitere auf der Warteliste. Es gibt aber eine Beschränkung, um die Attraktivität dieses Kreises aufrecht zu erhalten und um die Kulturpartnerschaften handhabbar zu halten. Wir haben es als große Ehre aufgefasst, dass der WDR auf uns zugekommen ist.

Ist der WDR damals mit einer bestimmten Begründung an Sie herangetreten? War vielleicht ein Grund, dass das Landesmuseum im ländlichen Raum angesiedelt ist?

Für WDR 3 war es wichtig, dass sie ein breit gefächertes Kulturpartnerangebot für die Kulturpartnerschaften entwickeln konnten. So wurden speziell auch Museen angefragt. Von daher war ein Regionalmuseum wie das Lippische Landesmuseum, das unglaublich viele differenzierte Ausstellungen hat, als Kulturpartner sehr attraktiv.

Zudem wird WDR 3 zum einen sein Augenmerk auf Kulturinstitutionen gelegt haben, die nicht nur einen gewissen Status, sondern auch eine bestimmte Qualität aufweisen. Zum anderen ist WDR 3 in seiner Programmatik eher klassisch-kulturell ausgerichtet. Ein Universalmuseum wie das Lippische Landesmuseum kann als klassisches Bildungsmuseum betrachtet werden. Eine Partnerschaft spiegelt somit den Anspruch von WDR 3 in hervorragender Weise wider.

Wie gestaltet sich Ihre Beteiligung an der Kulturpartnerschaft?

Wir melden WDR 3 unsere Veranstaltungen. Der Sender erstellt dann teilweise entsprechende Trailer, die es uns ermöglichen, weit über den Raum Lippe hinaus Publikum akquirieren können. Das ist für uns ein großer Vorteil. Gleichzeitig kann uns der WDR als Plattform nutzen, um Prospekte oder Infostände bei unseren Veranstaltungen zu platzieren.

Darüber hinaus fördert die Kulturpartnerschaft die kulturelle Vernetzung innerhalb von Nordrhein-Westfalen. Kulturpartner unterschiedlichster Art und

Weise begegnen sich und lernen sich bei den Sitzungen auf eine sehr menschliche Weise kennen. Die so entstandenen Beziehungen können gar nicht hoch genug bewertet werden. Durch die Kulturpartnerschaft haben wir Ansprechpartner in den verschiedensten Bereichen, im darstellenden wie im musikalischen Bereich und in den verschiedensten Winkeln des Landes gewonnen. Und die gegenseitige Hilfsbereitschaft und Unterstützung, das sei an dieser Stelle noch erwähnt, ist wirklich enorm.

Das Konzept trägt also: Die Kulturpartner stützen und helfen sich untereinander – auch losgelöst vom WDR – und bilden quasi ihr eigenes Netzwerk?

Ursprünglich waren die Kulturpartner unmittelbar beim WDR angesiedelt. Seit dem 11.06.2008 existiert ein eigenständiger Verein, dem Kulturpartnerverein. Natürlich genießen die Kulturpartner auch weiterhin die Unterstützung des WDR. Darüber hinaus gibt es aber auch bilaterale Zusammenarbeiten, die losgelöst vom WDR stattfinden.

Wie kam es zur Gründung des Vereins?

Zum einen gab es immer wieder Probleme beim Sponsoring. Der WDR als eine öffentlich-rechtliche Einrichtung darf kein Geld annehmen. Beim Kulturpartnerschaftsfest 2006 tauchte zum ersten Mal das Problem auf, dass wir aus rein rechtlichen Gründen einem Sponsor leider eine Absage erteilen mussten. Aus diesem Problem erwuchs die Idee der Vereinsgründung, da ein eingetragener Verein Spendengelder annehmen darf. Wir sind als Verein eigenständig und haben trotzdem diese enge Bindung zu WDR 3.

Die WDR 3-Kulturpartnerschaften und der Kulturpartnerverein existieren parallel nebeneinander. Im Kulturpartnerverein sind nicht alle Kulturpartner organisiert. Der Verein hat insgesamt weniger Mitglieder.

Wir sprachen zuvor bereits von Sponsoren und Spendern. Gab es durch die Kulturpartnerschaft Zugewinne an selbigen oder trafen Sie auch auf Ablehnung?

Eigentlich nicht. Sponsoren und Spender haben wir durch unseren Status als Kulturpartner nicht zusätzlich gewinnen können. Was die Öffentlichkeitsarbeit angeht, gestaltete sich die Zusammenarbeit mit hiesigen Lokalsendern nun sogar schwieriger als zuvor. Die Lokalen beäugen die Kooperation mit dem WDR eher kritisch. Auf diese mögliche Problematik machte uns aber Frau Ries-Augustin vom WDR bereits zu Anfang aufmerksam. Im Vorfeld des Kulturpartnerschaftsfestes mussten wir feststellen, dass die privaten Sender eine Ankündigung im Programm ablehnten. Dies mache, so bekamen wir zur Erklärung, ja bereits der WDR für uns. Für die Kultur ist ein aus der Konkurrenz erwachsenes Verhalten aber kontraproduktiv.

Erschwerend kam hinzu, dass ein Hauptträger des hiesigen Radios gleichzeitig der Unternehmer der einzigen hier erscheinenden Zeitung ist. Dort hat man sich anfangs regelrecht geweigert Artikel zu schreiben, die über das Kulturpartnerfest berichteten. Das war sehr schade, denn so gaben die Meldungen, die zustande kamen, nicht die Euphorie wieder, die beim Fest vorherrschte. Und auch was die hiesige Politik anbelangt mache ich die Erfahrung, dass die Wertmarke Kulturpartner-WDR 3 leider überhaupt nicht wahrgenommen wird. Manchmal erscheint es sogar, dass es den Leuten ein kleiner Dorn im Auge ist. Schließlich wird uns allein eine Anerkennung von außen zu Teil, an der man nicht partizipieren kann.

In Abgrenzung zu den Problemen mit den hiesigen lokalen Sendern überwiegt aber der Vorteil, der uns erwachsen ist. Durch die Partnerschaft mit WDR 3 ist es uns möglich, leichter Themen im Rundfunk unterzubringen. Die Wege haben sich hier extrem verkürzt. Das ist unser Hauptpfund, das wir daraus geerntet haben.

Wie reagieren die Zuwendungsgeber? Drittmittelakquise wird zunehmend wichtiger. Zählt die WDR 3-Kulturpartnerschaft dazu?

Wie gesagt, das wird leider nicht honoriert. Gerade in der Regionalpolitik sind ganz wenige Personen aktiv, die sich mit der Kulturarbeit identifizieren.

Sprechen wir über Konkretes: Was haben Sie in Zusammenarbeit mit dem WDR bislang an Veranstaltungen durchgeführt?

Wir haben uns am Kulturpartnerfest 2006 beteiligt. Für Detmold als einer der Ausrichtungsorte sprach einiges. Zwar ist Detmold eine kleine Stadt, die aber kulturell sehr viel zu bieten hat. Allein in Detmold gibt es vier WDR 3-Kulturpartner. So eine Ballung an wirklich bedeutenden Kulturinstitutionen in Bezug auf die Größe der Stadt ist in Deutschland wohl einzigartig.

Das Fest war ganz wunderbar. Der zuständige WDR-Moderator fasste es mit den Worten zusammen: Detmold sei die Kulturhauptstadt der Herzen geworden. Das Fest war für uns auch deshalb von großer Bedeutung, da die Stadt wenige Wochen zuvor entschieden hatte, aus dem Auswahlverfahren zur Kulturhauptstadt Nordrhein-Westfalens zurückzutreten. Und das, obwohl während der Auswahlphase erst einmal gar keine Kosten entstanden wären und man diese Chance zur Eigenwerbung hätte nutzen müssen. Dass wir an dem Kulturpartnerfest mitwirken konnten, war für uns eine besondere Bestätigung.

In der Planung und Durchführung des Festes hat uns die Stadt nicht unterstützt, da sie ja auch nicht unser Partner war. Bei Anfragen stießen wir auch eher auf Desinteresse. Das änderte sich, als die Besucherzahl die 8.000er Grenze erreicht hatten und es hier nur von Menschen wimmelte. Plötzlich kam eine Mitarbeiterin der Stadt und meinte „Ja, das haben *wir* doch ganz toll hingekriegt“.

Stehen in nächster Zeit Veranstaltungen im Zusammenhang mit der Kulturpartnerschaft an?

Langfristig betrachtet wird es bestimmt mal wieder so etwas wie das Kulturpartnerfest geben. Als nächstes planen die Kulturpartner die Teilnahme an der Kulturhauptstadt Essen 2010. Das Lippische Landesmuseum feiert darüber hinaus nächstes Jahr sein 175-jähriges Jubiläum.

Noch unter Fritz Pleitgen wurde uns zugesichert, dass wir auch 2010 durch die Berichterstattung immer mal wieder entsprechend gewürdigt werden. Wir sind das zweitälteste Museum in NRW und was die Region in Punkto Tradition angeht einzigartig. Im Rahmen des Kulturhauptstadtjahres werden wir mit dem Kulturmobil aktiv sein. Innerhalb von NRW werden mit dem Kulturmobil Fahrten zu Veranstaltungsorten angeboten, die im Rahmen von 2010 entstanden. Auch an dem langen Kulturtisch auf der A40 werden wir uns beteiligen.

Sind sie mit der Internetpräsenz der Kulturpartnerschaft zufrieden oder sehen Sie hier Ausbaumöglichkeiten?

Wir sind zufrieden. Die Kulturpartner sind alle verlinkt. Insofern haben wir gute Chancen aufgerufen zu werden. Wichtig ist der klare Aufbau der Seite. Es ist schließlich nicht Aufgabe des WDR, eine pompöse Internetpräsenz für die Kulturpartner zur Verfügung zu stellen.

Wir sprachen bereits über die hiesige Politik und die Ignoranz, die ihnen zum Teil entgegenschlägt. Bei den Besuchern scheint das anders zu sein. Haben die Besucher der Veranstaltungen Kenntnis über die Partnerschaft mit WDR 3?

Bewusst ist ihnen das eher nicht. Unsere Aktivitäten beim Kulturpartnerfest wurden immer als WDR-Fest bezeichnet. Wenn etwas nicht einhundertprozentig lief, dann hieß es immer „typisch WDR.“ Zwar werden die Werbetrailer wahrgenommen und animieren zum Besuch. Dass es sich dabei aber um Trailer handelt, die speziell für die Kulturpartner geschaltet werden, das wird nicht registriert.

Stärkt das die Kultur in den Regionen sowie die Arbeit der Kulturpartner untereinander?

Das Zusammengehörigkeitsgefühl der Kulturpartner untereinander ist stetig gewachsen. Man ist eine regelrechte Bruderschaft geworden und geht leichtfüßiger miteinander um, als das noch zu Anfang der Fall war. Zudem sind neue Kontakte entstanden, wie zum Beispiel zum Landesmusikrat. Zuvor hätte ich nicht daran gedacht, dort anzufragen. Mittlerweile reicht ein Anruf und ich bekomme sofort Tipps und Hilfe. Vieles hat sich sehr vereinfacht.

Fallen Ihnen Verbesserungsvorschläge ein, was die Kulturpartnerschaft anbelangt?

Zwar haben wir in Detmold auch eine WDR-Zweigstelle. Der hiesige Redakteur kümmert sich um uns als Kulturpartner jedoch recht wenig. Ich bezweifle, dass bei ihm die Kulturpartnerschaft einen besonderen Stellenwert hat, was ich schade fände. Eine bessere Zusammenarbeit mit den Vertretern vor Ort wäre wünschenswert. Hier zeigt sich auch ein wichtiger Unterschied. Wir sind Kulturpartner von WDR 3, nicht vom WDR. Das sind Erfahrungen, die man im Laufe der Zeit macht. Nicht alle Mitarbeiter des WDR wissen von den Kulturpartnerschaften. Freie Mitarbeiter zum Beispiel sind hier eher unbeleckt. Das liegt womöglich an der Struktur des WDR-Apparates und am Informationsfluss.

Wenn Sie dem WDR auf einer Skala von 1 bis 10 Punkte geben könnten, wo würden Sie die Bedeutung des WDR für die Kultur- und Kreativwirtschaft in den Regionen sowie in Bezug auf gesamt NRW einordnen?

Wir würden acht Punkte vergeben. Was wir für verbesserungswürdig halten, ist der Kinder- und Jugendbereich, der ausgebaut werden sollte. WDR 3 muss für diese Zielgruppe attraktiver gemacht werden.

„Das WDR Fernsehen wiederum ist zu einem regional grundierten Vollprogramm für die älteren Zuschauer mutiert“

Stefanie Ernst im Gespräch mit dem Medienwissenschaftler Prof. Dietrich Leder, Kunsthochschule für Medien Köln

Herr Leder, gibt es Kooperationen zwischen der Kunsthochschule für Medien Köln (KHM) und dem Westdeutschen Rundfunk (WDR)?

KHM und der WDR arbeiten auf sehr unterschiedliche Weise zusammen. Bereits bei der Gründung der Kunsthochschule für Medien im Jahr 1990 gab es den Konsens, dass sie mit diesem großen und bedeutenden öffentlich-rechtlichen Sender zusammenarbeiten müsse, ohne sich – und das war auch eine gewisse Befürchtung – von ihm abhängig zu machen. Diese Zusammenarbeit verwirklichte man zuerst auf der personellen Ebene. Zu den ersten nebenberuflichen Professoren der Gründungsphase gehörten Hansjürgen Rosenbauer, der damalige Leiter der Programmbereich „Kultur“, der zwei Jahre später zum Intendanten des neu gegründeten Ostdeutschen Rundfunk Brandenburg (ORB) gewählt wurde, Stefan Boeder, der als „Gestaltungsredakteur“ das Design des WDR und der ARD mitbestimmte, und Alfred Biolek, der als Produzent und Moderator viele beispielgebende Sendungen des WDR hergestellt hat.

Darüber hinaus wurde in einer bestimmten Krisensituation mit Klaus Katz der erste Gründungsrektor aus dem WDR heraus verpflichtet. Dort hatte Katz vor Rosenbauer erst den Kultur-Bereich und später das Programm-Experiment des Kabelpilotprojektes Dortmund geleitet. Klaus Katz stand der KHM bis 1994 vor. Auch die nebenberuflichen Professoren sind bis zu ihrer Pensionierung beim WDR zusätzlich an der Kunsthochschule tätig gewesen und haben so in Seminaren, Diskussionen und in der Betreuung von Projekten und Diplomen viele Studierende in ihrem Bild dessen, was im öffentlich-rechtlichen Fernsehen möglich ist, geprägt. Heute lehren mit Sabine Rollberg, ARTE-Beauftragte des WDR und ARTE-Redaktionsleiterin, und Gebhard Henke, dem Leiter des Programmbereichs „Film, Kino und Serie“, zwei aktuelle Redakteure als nebenberufliche Professoren.

Alle Genannten stehen für hochklassiges Fernsehen. Es existiert folglich ein großer personeller wie inhaltlicher Input durch Mitarbeiter der Rundfunkanstalt. Auf der programmlichen Ebene gibt es ebenfalls Kooperationen. Dazu muss man sagen, dass sich die Kunsthochschule als Laboratorium bezeichnet. Sie versteht sich nicht als simple Produktionsstätte, die dem Sender zuliefert. Die Filme und Sen-

dungen, die hier entstehen, können vom WDR (oder auch einem anderen Sender) ausgestrahlt werden, wenn es denn Interesse gibt, aber sie müssen es nicht. So entwickeln wir im Bereich Fernsehen in den Seminaren unterschiedlichste Sendungen und Produktionen.

Wir beschäftigen uns beispielsweise mit dem aktuellen Serienangebot und lassen die Studierenden eigene Serienideen entwickeln, üben mit ihnen das Schreiben für existierende Formate ein, informieren sie über die industrialisierte Serienproduktion, sprechen über Alternativen im Unterhaltungsbereich und entwickeln eigene Showideen. Parallel entsteht alle zwei Wochen die Magazinsendung KHM-TV, die den Studenten vorrangig dazu dient, Erfahrungen in der Fernsehpraxis (von Live-Kamera über Regie bis zu Moderation) zu sammeln. Auf all diesen Feldern und in all diesen Themen sind Redakteure des WDR wie Produzenten, die für den WDR arbeiten, gern gesehene Gäste, die ihr Wissen an die Studierenden weitergeben. Allerdings gilt das ebenso für das ZDF oder auch für den NDR, bei dem ja der nebenberufliche Professor Horst Königstein als Redakteur arbeitet und beispielsweise ja die besondere Form des Docu-Drama entwickelt hat.

Aber es gibt eine Reihe von ganz konkreten Kooperationen. An erster Stelle ist die kontinuierliche Zusammenarbeit beim Wettbewerb „Kurz & schön“ zu nennen, den einst Stefan Boeder aus der Taufe gehoben hat und an dem sich der WDR seit vielen Jahren inhaltlich und auch sehr großzügig finanziell beteiligt. Hier geht es in unterschiedlichen Kategorien um kurze Fernsehformen – vom Design über Trailer, Spots und Clips bis zu erzählerischen Filmen. Alljährlich richten wir dann auch gemeinsam die Preisverleihung aus, zu der sich junge Mediendesigner, Werbefilmer und Regisseure treffen.

Ein weiteres Beispiel für die Zusammenarbeit ist die Produktion von zwei Sonderfolgen der „Lindenstraße“ zu nennen. Hans W. Geißendörfer bekleidete zwei Jahre eine Gastprofessur an der KHM und hat unter anderem in dieser Zeit mit den Studierenden ein Drehbuch zu einer besonderen Folge dieser seit 1985 erfolgreich laufenden wöchentlichen Serie, die der WDR federführend für die ARD in Auftrag gibt, entwickelt. Geißendörfer ist ja nicht nur Erfinder, Autor und des öfteren Regisseur der kultgewordenen Serie, sondern produziert sie in Zusammenarbeit mit dem WDR auch durch seine Firma GFF.

Als Produktion und Redaktion dem Drehbuch eine bestimmte Qualität konstatierten, kam es dann zu seiner nächtlichen Realisierung im Set der „Lindenstraße“ mit allen Schauspielern, die sich mit hohem Engagement auf das Experiment einließen. Dabei arbeiteten GFF, KHM und WDR sehr eng und beispielhaft zusammen: Während die Positionen im Bereich Regie von KHM-Studierenden besetzt wurden, übernahmen sie im Bereich Kamera, Ton, Studiotechnik Auszubildende des WDR – jeweils betreut und begleitet von Hans W. Geißendörfer und seinem

Team und den Ausbildungschefs des WDR. Gebhard Henke hat das Vorhaben im Sender angeregt und durchgesetzt. Diese Sonderfolge wurde vom WDR Fernsehen ausgestrahlt. Zwei Jahre später konnte das Experiment dann noch einmal mit einer weiteren Sonderfolge wiederholt werden. Die Studierenden der KHM haben dabei enorm viel gelernt.

Ich könnte mir auch vorstellen, dass die besten Filme einer Abschlussklasse im WDR ausgestrahlt werden?

Wir zeigen einmal im Jahr unsere aktuellen Filme auf einem so genannten Show Case. Diese Veranstaltung richtet sich vorrangig an Redakteure und Produzenten. Im Anschluss treten die Redakteure meist an die Studenten heran und möchten den Film auf DVD haben. Da kann es schon mal geschehen, dass solche Filme im Programm des WDR gezeigt werden. Allerdings gilt für solche Filme der Wettbewerb des Marktes. Sollte ein anderer Sender einen besseren Kaufpreis zahlen, dann würden wir ihn dann dorthin verkaufen. Mehrfach kam es im Bereich der Dokumentarfilme zu dem Sonderfall, dass der WDR Diplomfilme von uns ankauft, aber diese auf eine besondere Länge und mitunter Form bringen möchte. Die Dokumentarfilme, die bei uns entstehen, sind vollkommen formatfrei entwickelt. Das WDR Fernsehen ist aber mittlerweile sehr hoch formatiert. Entsprechend müssen unsere Filme dann umgearbeitet werden. So kommt es dann vor, dass von Filmen zwei Fassungen existieren. Die eine läuft auf Festivals und im Ausland, die andere wird vom WDR Fernsehen allein oder gemeinsam mit Arte oder 3sat ausgestrahlt.

Die Ausbildung scheint sehr praxisnah zu sein. Nutzen Studenten die Gelegenheit, ein Praktikum oder eine Hospitanz beim WDR zu absolvieren?

Das ist eher die Ausnahme. Was daran liegt, dass das Studium an der Kunsthochschule keine Berufsausbildung im herkömmlichen Sinne ist, sondern mehr als Bildung zu verstehen ist. Die Studierenden sollen sich in der KHM zu Künstlerpersönlichkeiten mit eigener Handschrift entwickeln können. Aber sie sollen Bescheid wissen, auf welchem Markt sie als Künstler zukünftig tätig sein werden. Und also informieren wir sie detailgenau über die Bedingungen des Medien- und des Kunstmarktes.

Welche Wege schlagen die Absolventen der Hochschule ein? Gehen sie als feste oder freie Mitarbeiter zum WDR? Ist das die erste Adresse?

Das ist sehr schwer nachzuhalten. Ich weiß, dass viele der Absolventen nach Berlin ziehen, da diese Stadt für sie attraktiver ist. Köln als Kulturstadt liegt in gewisser Weise darnieder. Zwar ist ein Aufschwung zu bemerken, aber der Verlust von Kultur in Köln ist immer noch allgegenwärtig. Viele der Absolventen kommen wie-

derum zum Arbeiten nach Köln, denn die Stadt ist nach wie vor ein wichtiger Medienstandort. Berlin bietet nur den „kleinen“ rbb. In Köln sind dagegen der WDR, die RTL Familie und weitere Sender vertreten. Attraktiv sind darüber hinaus die großen Produktionskapazitäten im Studiobereich in Hürth und in Ossendorf. Konkret laden wir regelmäßig die Absolventen ein, in der Reihe „Best of KHM“ ihre neuen Kino- und Fernsehfilme zur Diskussion zu stellen. Darunter sind stets viele Spiel- und Dokumentarfilme, die vom WDR in Auftrag gegeben oder produziert wurden. In den Diskussionen nach der Vorführung stellen die gegenwärtigen Studenten dann den Absolventen viele kritische Fragen, wie denn ein Leben nach der KHM aussähe.

Viel hat sich durch die Digitalisierung verändert bzw. ist in der Veränderung begriffen. Werden heiße Eisen wie Internetrechte, Internetvergütung etc. in der Hochschule thematisiert?

Zwangsweise ja! Denn in dem Moment, in dem Sie einen Film verkaufen, müssen Sie über Ihre Rechte verhandeln. Sobald Filme oder andere Produkte von den Sendern (oder auch von uns selbst) ins Netz gestellt werden, sind sie weltweit zugänglich. Also müssen alle Rechte, die in einem solchen Film stecken, geklärt sein. Das beginnt bei den Persönlichkeitsrechten der (in Dokumentarfilmen) Porträtierten, geht über die Urheber- und Nutzungsrechte verwandter Bilder und Musikstücke und reicht bis zu Punkt des klassischen Presserechtes. Deshalb informieren wir die Studierenden regelmäßig über die Grundsätze wie die Veränderungen des rechtlichen und auch des technischen Rahmens.

Wie schätzen Sie die zukünftige Entwicklung des Fernsehens ein?

Derzeit sagen ja einige Propheten, durch das Internet werde das Fernsehen sich zwangsläufig verändern. Manche glauben gar, dass es die klassischen Vollprogramme, wie Das Erste und das WDR Fernsehen, nicht mehr geben wird. Ich halte das schlicht für Unsinn, der auch durch das laute Ausrufen nicht intelligenter wird. Das Fernsehen im Allgemeinen und auch die Vollprogramme im Besonderen werden noch die nächsten zehn Jahre eine gewisse Attraktion bieten. Während der Fußball-WM war Public Viewing das Stichwort, der Live Ticker im Internet interessierte nicht so sehr. Gemeinsames Fernsehen von bedeutenden Ereignissen wird zunehmen. Stellenweise treffen sich ja Menschen, um Serien gemeinsam zu sehen, den „Tatort“ beispielsweise. Attraktives Programm in einer spezifischen Bild- und Tonqualität wird auf den neuen Fernsehdisplays, die sich die Menschen jetzt kaufen, weiterhin bedeutsam sein.

Schwierigkeiten werden sich eher im Bereich der Spartenkanäle und Spartenprogramme ergeben. Für sie stellt das Internet eine starke Konkurrenz dar, weil

dort spezifische Interessen direkter und konsequenter bedient werden. Hier sind Plattformen für bestimmte Zielgruppen, aber auch Genres, Themen und selbst Anmutungen denkbar. Allerdings stellt sich die Frage der Finanzierung. Das Internet gilt immer noch als Distributionsform, bei der die Inhalte nichts kosten. Ob aber die Werbung dauerhaft die kostenfreie Präsentation auch teurer Filme finanzieren wird, bleibt zweifelhaft.

Das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist gesichert, weil es die Rundfunkgebühr gibt. Und diese Gebührenfinanzierung muss laut Bundesverfassungsgericht zukunftssicher ausgestattet sein. Inhaltlich bleibt die Frage, wie sich zukünftig das öffentlich-rechtliche Fernsehen im Internet präsentiert. Dieses Sieben-Tage-Angebot des aktuellen Programms ist ja eine rein technische Idee, die aber noch viel zu simpel ausfällt. Die öffentlich-rechtlichen Anstalten haben in ihren Archiven einen der größten Kulturschätze, den es im Lande gibt. Vergleichbar mit den großen Bibliotheken und Museen im Land.

Im Unterschied zu den Sendern geben die Bibliotheken ihre Bücher aber zur Nutzung frei. Die von den Gebührenzahlern finanzierten Programmarchive sind aber nicht zugänglich. Wenn man damit kreativ umginge und ins Netz stellte, was im Hörfunk und im Fernsehbereich hergestellt worden ist, was hätte man für ein Pfund. In einem anderen Bereich hat man vor Jahren damit begonnen, die verborgenen Schätze zu heben: bei der Vermarktung der Hörkassetten. So kann man sich heute Gespräche anhören, die Adorno mit dem Hessischen Rundfunk geführt hat und vieles mehr. Ein freier Zugang zu den Archiven über das Internet ist natürlich rechtlich nicht ganz einfach. Ich bin gespannt, was da in den nächsten vier, fünf Jahren passieren wird.

Wie viel von der Bedeutung des Medienstandorts Köln würden Sie dem WDR zuschreiben? Würde es ohne ihn gehen? Könnten in diesem Fall die Privaten den Verlust auffangen?

Nein. Denn die Bedeutung des WDR für Köln ist gleichsam ein Attraktor für RTL gewesen, hierher zu ziehen. RTL musste sich an dem WDR messen und sich in Köln bewähren. Weil die Innenstadt durch den WDR und seine Gebäude geprägt ist, siedelt sich RTL jetzt an der anderen Rheinuferseite an. Zwischen dem öffentlich-rechtlichen und dem privaten Sender entwickelte sich eine für Köln und Umgebung vorteilhafte Konkurrenz. Die Ansiedlung von Dienstleistern aus dem Mediensektor ist dadurch enorm gefördert worden. Für RTL war es sicherlich von Vorteil, dass sie in eine Stadt ziehen konnten, in der es bereits genügend gut ausgebildetes Personal gab. Im Fernsehbereich hat man an diesem Standort sicherlich nicht mit Personalproblemen zu kämpfen. Allerdings existiert die Schwierigkeit für Spielfilmproduktionen Spitzenleute aus Berlin und München nach Köln zu holen.

Wenn wir uns mal die Inhalte des Programms anschauen, finden Sie, dass die Themen seichter geworden sind?

Ich beobachte Veränderungen im Programm der deutschen Fernsehanstalten sehr genau. Die Privaten wurden bis in die Mitte der 1990er Jahre von den öffentlich-rechtlichen Anstalten ignoriert und unterschätzt. Als RTL auf einmal Marktführer wurde und Sat1 mit einem klassischen Familienprogramm erfolgreich wurde, reagierten die öffentlich-rechtlichen Sender mit einer panischen Überanpassung. Nicht ohne Markterfolg: Die ARD eroberte die Marktspitze zurück, die Dritten Programme gewannen enorm an Zuschauern.

Aber dieser Erfolg wurde mit Qualitätsverlusten erkaufte, die langfristig eine Identitätskrise auslösen könnten. Der WDR ist innerhalb der ARD noch ein Garant der traditionellen Qualität. Die Fernsehfilme, die er für den Mittwoch im Ersten zuliefert werden, wurzeln weiterhin stark in der Gegenwart und ihren Konflikten, lösen sich also nicht beliebig in Richtung Krimi oder Melodram auf. Ähnliches gilt für den „Tatort“ sowie für die Politik-Redaktion, den Sport oder die dokumentarischen Sendungen, auch wenn die im Ersten nur noch an den Randzonen vorkommen.

Das WDR Fernsehen wiederum ist zu einem regional grundierten Vollprogramm für die älteren Zuschauer mutiert. Das ist erfolgreich, gleichzeitig hat es so den Status als Laboratorium aufgegeben. Im Dritten Programm hatte WDR viele Jahre seine erfolgreichsten Unterhaltungsprogramme entwickelt. Die erste Talkshow „Je später der Abend“ mit Dietmar Schönherr lief dort, „Klimbim“ als erste Comedy und „Ein Herz und eine Seele“ mit „Ekel Alfred“ (Heinz Schubert) als erste Sitcom des deutschen Fernsehens wurde hier gestartet, ehe sie ins Erste wechselten.

Fehlt es an Mut, solche Experimente wieder zu wagen?

Vielleicht existiert der Mut nach wie vor, der Sendeplatz allerdings jedoch nicht mehr. Die kulturellen Programme wurden weitgehend zu 3sat und ARTE verschoben. Der WDR liefert zu und baut intern ab. Das trifft auch für die anderen ARD-Sender zu. Denken Sie nur an die Übertragung der Rede des letztjährigen Preisträgers des Friedenspreises des Deutschen Buchhandels, Anselm Kiefer. Anstatt Anselm Kiefer noch fünf Minuten ausreden zu lassen, wird die Übertragung beendet und der Presseclub beginnt. Phoenix stieg ebenfalls aus der Übertragung der Rede aus. Eine Barbarei sondergleichen!

Auch im WDR Fernsehen können Sie beobachten, dass ein Wandel im Umgang mit Künstlern stattgefunden hat. Früher gab es im Gegensatz zu heute in den Fernsehredaktionen Spezialisten für die Bildende Kunst. Wibke von Bonin stellte in den „1000 Meisterwerken“ Bilder der Kunstgeschichte vor. Es gab eine Musikredaktion,

die von Avantgardemusik bis zur Oper alles für das Dritte Programm produzierte. In der Literaturredaktion wurden Themen von dem klassischen Schriftstellerportrait bis hin zum experimentellen Umgang mit Literatur im Medium Fernsehen erarbeitet.

Fast alles davon ist weggefallen. Verträge sind ausgelaufen, Kollegen und Kolleginnen wurden pensioniert. Bei der Neubesetzung entschied man sich für All-rounder. Sie können beim Tod des Schriftstellers John Updike relativ schnell einen Nachruf produzieren. Als David Foster Wallace starb, reagierte keiner, weil niemand im WDR Fernsehen den wohl wichtigsten unter den jungen Schriftstellern in den USA kannte. Neben dem Verlust von Sendeterminen ist ein Verlust an Fachkompetenz zu bemerken.

Wenn man das zugespitzt formuliert, bedeutet das, dass weniger kulturorientierte und mehr wirtschaftliche Überlegungen im Vordergrund stehen?

Die Kulturmagazine sind an die Ränder gedrängt worden, obwohl sie sich populariert haben. Was widersinnig ist. Um 22.30 Uhr kann ich mich als Sender auch mit Avantgardekunst beschäftigen und muss nicht noch mal die Bestseller runterbeten. Idiotisch ist nicht, dass man Populäres macht, sondern dass Radikales so an den Rand gedrängt wird. Hier fand eine Verlagerung zu 3sat und ARTE statt. Hier ist der WDR als Zulieferer zu loben, denn die WDR-Redaktionen liefern hier künstlerisch anspruchsvolle und gut gemachte Inhalte. Vergleichbar ist das nur mit guten Produktionen des ZDF.

„An der Profilierung des Standortfaktors Kultur hatte der WDR immer einen großen Anteil“

Stefanie Ernst im Gespräch mit Dr. Ulrich Soénius, IHK Köln

Welche Bedeutung kommt dem WDR hinsichtlich der Kulturwirtschaft in Köln und in NRW zu?

Der WDR ist für Nordrhein-Westfalen als Medienunternehmen wie auch als Großunternehmen von herausragender Bedeutung. Zwischen beiden Funktionen muss man trennen. In der Medienlandschaft ist er mit Abstand das größte Unternehmen und hat eine immense Strahlkraft auf viele weitere andere Unternehmen der Branche. Eine Reihe weiterer Unternehmen der Kulturwirtschaft nehmen Aufträge des WDR an. Als Großunternehmen ist er zugleich auch Auftraggeber für Dienstleister anderer Branchen. Der WDR ist einer der größten Arbeitgeber der Region, was sich positiv auf die Gesamtwirtschaft auswirkt. Für die IHK ist der WDR, obwohl nicht Mitglied, ein ganz bedeutender Player im wirtschaftlichen Gesamtgefüge der Stadt Köln. Im Vergleich zu anderen Unternehmen der Kulturwirtschaft wie der Gesamtwirtschaft ist der WDR natürlich ebenfalls einer der Großen in gesamt NRW. Aber besonders hinsichtlich des IHK-Gebiets Köln ist zu sagen, dass er durch die Innenstadtlage viele Stellen schafft und als Arbeitgeber von immenser Wichtigkeit ist.

Welche Bedeutung für die hiesige Kulturwirtschaft hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk gegenüber dem privaten Rundfunk?

Der WDR ist sicherlich im Vergleich zu den Privaten aufgrund seiner Marktmacht und seiner Größe exorbitant viel höher einzuschätzen. In einer Medienstadt wie Köln herrscht zwischen den Sendern eine große Konkurrenz. Die Bedeutung des WDR misst sich immer auch an der vorhandenen Pluralität. Ohne den Sender hätte sich diese Pluralität in der Medienlandschaft wahrscheinlich gar nicht entwickelt. Auch eine Anstalt öffentlichen Rechts muss sich auf dem Markt behaupten, wobei sie natürlich anderen Wettbewerbsbedingungen unterliegt. Der WDR finanziert sich ja größtenteils aus Gebühren. Bei Vergleichen muss diese Wettbewerbsverzerrung berücksichtigt werden. Die Privaten müssen sich selbst finanzieren. Doch bei allen Unterschieden der Systeme gibt es ein Zusammenspiel zwischen Öffentlich-Rechtlichen und Privaten: beide bedingen einander. Gäbe es den WDR nicht, würden die Privaten ganz anders agieren.

Welche Bedeutung hat der WDR als Arbeitgeber in Köln? Welche Bedeutung hat er im Vergleich zu anderen großen Arbeitgeber in Köln?

Das ist schwierig zu vergleichen, denn wir berechnen die Big Player immer anhand ihrer Gewerbesteuerzahlen. Der WDR zahlt aber keine Gewerbesteuer, was einen Vergleich auf dieser Ebene problematisch macht. Interessant wäre es, einen Vergleich zu anderen Unternehmen hinsichtlich der jeweils sozialversichert Beschäftigten anzustellen. Der WDR hat mehr als 4.000 Mitarbeiter, definiert sich aber gerade neben den sozialversicherten Beschäftigten über die freien Mitarbeiter, die eigentlich ja als Einzelunternehmer für den Sender tätig sind. Folglich ist auch hier ein Vergleich empirisch sehr schwierig aufzustellen und unter IHK-Maßstäben so nicht zu bewerkstelligen. Allerdings wäre es sehr interessant zu prüfen, wie groß das Auftragsvolumen ist, das der WDR an Dritte vergibt. Das Ergebnis könnte man mit dem an Dritte vergebenen Auftragsvolumen anderer Unternehmen vergleichen. Hierbei sollte man die Sparte berücksichtigen. Der WDR muss mit anderen großen Kulturinstitutionen verglichen werden. Denkbar wäre ein Vergleich mit einer großen Bühne. Ziehen Sie zum Beispiel die Bühnen der Stadt Köln, die Oper oder das Schauspielhaus dazu heran. Die Institutionen haben einen gemeinsamen Eigenbetrieb, der jährlich ein Auftragsvolumen von mehreren Millionen Euro an Dritte vergibt. Solche Ergebnisse zu erhalten, wäre äußerst spannend.

Welche Bereiche der Kulturwirtschaft profitieren vom WDR?

Der WDR ist, wie gesagt, einer der wesentlichen Player in der Kulturwirtschaft in Köln. Ohne ihn wäre Köln nicht der Kulturwirtschaftsstandort, der er ist. Die Arbeitnehmer, die im Kölner Kulturwirtschaftsbericht 2007 auftauchen, sind eigentlich zum Großteil vom WDR abhängig. Das beginnt bei den gesamten Dienstleistungsunternehmen, die auf dem Mediensektor tätig sind. Hier sowohl für den Bereich Film und Fernsehen als auch für den Bereich Hörfunk.

Wenn man sich die Zahlen des Berichts genau anschaut, dann kann man zumindest bei der Benennung der Branche von den Einzelunternehmensarten darauf schließen, dass viele von ihnen zu einem Teil für den WDR tätig sind. Vergabeketten müssen ebenfalls berücksichtigt werden. Der WDR vergibt Produktionsaufträge, die Produktionsfirmen reichen wiederum Aufträge als Subunternehmer weiter. Dies können sie letztendlich nur tun, da ihnen der WDR den Hauptauftrag gegeben hat. Die privaten Sender verfügen auch nicht über eine solche Menge an freien Journalisten. Folglich hat der WDR für den Kulturwirtschaftsstandort Köln, wenn nicht sogar für ganz NRW, eine unvergleichbare Bedeutung, die gar nicht genug geschätzt werden kann. Diese Relevanz spiegelt sich überdies auch anhand der Programmmenge und der Vielfalt wider. Die Mehrzahl der elf Leitbranchen im Kulturwirtschaftsbericht ist unmittelbar mit dem WDR verbunden.

Wird Ihrer Meinung nach die Mehrzahl der Aufträge des WDR an Bereiche der Film- und Fernsehbranche vergeben oder profitiert hier eher die Musikwirtschaft?

Für diese Bereiche liegen uns keine Zahlen vor, so dass ich nur Vermutungen anstellen kann. Die Auftragsvergabe entspricht sicherlich dem Programmschema. Der WDR als Förderer der Kultur spielt gerade im Bereich der Musik eine entscheidende Rolle. Köln ist eine Musikstadt, in der viele Musikproduzenten ansässig sind. Diese Tatsache hängt im Wesentlichen auch damit zusammen, dass der WDR hier angesiedelt ist.

Zwar war die Bedeutung des WDR hier bereits zentraler, das hängt aber mit der zurückgegangenen Rolle der Musik insgesamt und der wachsenden Konkurrenz auf dem Sektor zusammen. Einst haben Karlheinz Stockhausen und John Cage diesen Standort wegen des WDR gewählt. Auch für den Massengeschmack hat der WDR, ganz besonders durch seine vielen Veranstaltungen, eine Rolle gespielt und spielt sie auch weiterhin. Für uns als IHK sind solche Events, wie es neudeutsch heißt, ein ganz bedeutender Standortfaktor und es wird die Attraktivität der Kulturstadt sehr gesteigert. An der Profilierung des Standortfaktors Kultur hatte der WDR immer einen großen Anteil. Denken Sie nur an die Freiluftveranstaltungen oder die Jugendevents von 1LIVE. Die wirtschaftlichen Auswirkungen für Köln sind unbezahlbar. Köln, aber auch ganz NRW wurde(n), durch Veranstaltungen wie Rockpalast zu einer Eventstadt und einer Eventregion. Hier hat der WDR eine enorme wirtschaftliche Strahlkraft.

Wirkt sich der Weggang von VIVA und der Popkomm auf die populäre Musikszene in Köln und NRW sowie auf Auftragnehmer aus dem Bereich Rundfunk aus? Wenn ja, wie?

Jeder Wegzug ist natürlich zu bedauern, da diese Unternehmen bzw. Events Auftraggeber waren und einen Beitrag zur Kulturförderung geleistet haben. Beide Ereignisse stellten auf jeden Fall ein Einschnitt dar. Gravierende Auswirkungen auf die Gesamtkulturstadt sind jedoch nicht feststellbar. Der Standort ist gut aufgestellt, da fallen die Wegzüge nicht so ins Gewicht. Der Wegfall der Popkomm ist überdies kein wirklich großer Verlust. Schließlich ist nun die c/o pop hier heimisch, deren Bedeutung viel nachhaltiger als die Popkomm ist. Die c/o pop sehr bedeutend für Kulturstadt Köln. Die Popkomm hat einfach kein gutes Konzept und funktioniert in Berlin auch nicht.

Was wäre, wenn es den WDR nicht mehr gäbe? Wie würde sich dieses (kultur-)wirtschaftlich auswirken?

Daran darf ich gar nicht denken. Als IHK sind wir natürlich Anhänger einer marktwirtschaftlichen Ordnung und kein Verfechter eines Monopols. Es ist nur wichtig

und richtig, dass es derzeit keine Monopolstellung mehr gibt. Der Wettbewerb verläuft zwar zu ungleichen Bedingungen, aber immerhin ist er vorhanden. Würde es den WDR nicht mehr geben, wäre es aber dennoch ein riesengroßer Verlust.

Diese zentrale Bedeutung des WDR für die Kulturstadt Köln könnte auch bei dessen Wegfall aufgrund der Marktbedingungen kein privater erfüllen. Ein Wegfall des WDR wäre ein starker Einschnitt für den Gesamtstandort Köln. Die hervorgehobene Rolle des WDR darf aber nicht, das sei hier kritisch angemerkt, bedeuten, dass er weiterhin durch seine Immobilien das Stadtbild in einem solchen Maße wie bisher bestimmt. Aus Sicht des Stadtentwicklers wurden in der Vergangenheit viele Fehler begangen. Der WDR hat in den letzten Jahrzehnten durch seine großen Bauten eine Stadtbildprägung vorgenommen, die aus heutiger Sicht nicht mehr tragbar ist.

Zwar sollte eine große Rundfunkanstalt auch mitten in der Stadt sein und nicht, wie in anderen Städten an den Rand gerückt werden. Der WDR ist und bleibt ein wesentlicher Anker für die Innenstadt. Städtebaulich ist das nicht immer so gelungen. So etwas wie das Archivhaus würde man heute nicht mehr bauen. Generell müssen die journalistische Funktion, die politische Funktion, die Leitungsfunktion sowie die Außenwirkungsfunktion in der Innenstadt verbleiben.

GESPRÄCHE MIT MITARBEITERN DES WDR

- „Wir sind für ganz Deutschland ein bedeutender Förderer
der musikalischen Newcomer“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit Andrea Schafarczyk,
Musik- und Eventchefin 1LIVE* 445
- „Der WDR ist ein wichtiger Auftraggeber für Komponisten“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit Dr. Christoph Stahl,
Leiter der Hauptabteilung Orchester und Chor* 451
- „Für den WDR hat das Kulturpartnerschaftsmodell
eine hohe Bekanntheit seiner Kulturträgerrolle bewirkt“
Stefanie Ernst im Gespräch mit Prof. Karl Karst, Wellenchef von WDR 3 453
- „Die technischen Entwicklungen dienen in erster Linie
der Verbesserung in den Arbeitsabläufen für die Programmierer“
*Stefanie Ernst im Gespräch mit Carsten Berndt, Direktion Produktion
und Technik, Technologie und Innovationsmanagement im WDR* 460

„Wir sind für ganz Deutschland ein bedeutender Förderer der musikalischen Newcomer“

*Stefanie Ernst im Gespräch mit Andrea Schafarczyk,
Musik- und Eventchefin 1LIVE*

Frau Schafarczyk, konzentriert sich der WDR in seiner Musikförderung vor allem auf Bands aus dem Raum Köln oder nimmt er dabei ganz NRW in den Blick?

Es ist so, dass Köln in unserem Programm gar keine herausgehobene Rolle spielt. Gute und förderungswürdige Bands gibt es sowohl im Ruhrgebiet, wie im Münsterland und in allen übrigen Regionen des Landes. 1LIVE sollte auch nicht ausschließlich als landesweiter Musikförderer betrachtet werden. Wir sind für ganz Deutschland ein bedeutender Förderer der musikalischen Newcomer. Unser Engagement und unsere Strahlkraft ist nicht auf NRW beschränkt. Und welcher andere Musik- oder Jugendsender in Deutschland ist so erfolgreich und bekannt wie 1LIVE?

NRW ist das bevölkerungsreichste Bundesland, das wird sich positiv auf den Sender auswirken. Ein großer Markt an potenziellen Hörern.

In erster Linie machen wir einfach gutes Programm und haben deshalb eine so große Hörerschaft.

Im Bereich des Jazz konzentriert sich vieles auf den Kölner Raum. Bei der Popmusik scheint das aber nicht der Fall zu sein?

Zwar kommen einige Bands und Solokünstler aus Köln, Düsseldorf oder Umgebung, generell entsteht aber überall dort Musik, wo junge Menschen sind. Viele Künstler kommen auch aus den eher ländlicheren Regionen.

Wie ist das Verhältnis gespielter Titel etablierter Bands zu den Titeln von Newcomern, gibt es eine Quote?

Nein, die gibt es nicht. Was gespielt wird, variiert stark. Das hängt z.B. auch davon ab, was gerade herauskommt oder welche Genres angesagt sind. Jede Woche hören wir neue Titel für unsere Sendungen ab. Bei uns im Haus sind zwei unterschiedliche Gruppen damit betraut, Musik für die jeweiligen Sendungen zusammenzustellen. Unsere Redakteure und DJs wie z.B. Klaus Fiehe, der sonntags die Sendung 1LIVE FIEHE moderiert, bekommen jeden Monat unglaublich viele Hörproben von Bands und Einzelkünstlern zugeschickt. Deutschlandweit hat 1LIVE eine he-

rausragende Stellung, die unter anderem durch die Tatsache widergespiegelt wird, dass wir vor drei Jahren den Echo als bester Medienpartner und Musikförderer bekommen haben.

Neue Musik wird bei uns im Programm laufend vorgestellt und als solche durch spezielle Ankündigungen auch erkenntlich gemacht. Zusätzlich veranstalten wir jährlich nachwuchsfördernde Festivals, wie „1LIVE – das erste Mal“. Den Newcomern wird ein Pate zur Seite gestellt, der bestenfalls am Anfang seiner Karriere ebenfalls dort aufgetreten ist. Dieser etablierte Künstler oder die Band, die bereits Fuß gefasst hat, sorgt für hohe Zuschauerzahlen, was wiederum den Newcomern eine extrem große Plattform liefert.

Bei „1LIVE – das erste Mal“ in Krefeld vor zwei Jahren stand zum Beispiel „Clueso“ Pate, die Nachwuchsbands waren damals „Polarkreis 18“ und die „Kilians“, beides mittlerweile sehr erfolgreiche Bands. Auch bei dem Festival „Bochum Total“, das von 1LIVE als Partner mit einer eigenen Bühne unterstützt wird, treten immer viele Bands auf, die noch ganz am Anfang ihrer Karriere stehen. Und natürlich gibt es auch bei der „1LIVE Krone“ einen Preis für den besten Newcomer.

Die Musikförderung funktioniert also nicht nur über das Radio, sondern zum Großteil auch über die Förderung und Durchführung von Events?

Ja, wir geben den Künstlern die Möglichkeit, sich vor großem Publikum zu präsentieren. Auch auf unserer Homepage gibt es dafür eigens eingerichtete Kategorien. Unter der Rubrik „1LIVE Heimatkult“ stellen wir zum Beispiel Bands vor, die noch keinen Plattenvertrag haben oder die noch ganz am Anfang ihrer Karriere stehen. Ihnen bieten wir durch solche Formate ein Forum. Auf unserer Homepage stellen wir einen ihrer aktuellen Titel ein, Interessierte können überdies einen Fragebogen der Künstler samt Fotos einsehen. Die Klickzahlen der Rubrik sind wirklich ganz gut.

Wie bewirbt man sich als Künstler für eine solche Rubrik wie Heimatkult?

Am besten schickt man uns eine Bewerbung: Mit aufgenommenen Titeln und einer Bio. Generell ist es so, dass wir zwei verschiedene Newcomer pro Woche bei 1LIVE Heimatkult spielen.

Wie viele Bewerbungen gehen bei Ihnen in der Woche ein?

Das schwankt total. Zwischen 10 und 20.

Arbeitet 1LIVE in Punkto Musikförderung auch mit anderen Musikförderern aus dem Bereich der populären Musik zusammen? Wenn ja, wie sieht eine solche Zusammenarbeit aus?

Wir arbeiten mit dem Landesmusikrat NRW zusammen. Ich gehöre z.B. einer Jury an, die Popular-Projekte bewertet, damit diese gegebenenfalls eine entsprechende Unterstützung bekommen. Wir schlagen auch jedes Jahr 1LIVE Heimatkultbands für das Förderangebot „PopCamp“ des Deutschen Musikrates vor.

Welcher Stellenwert kommt der Musikförderung seitens der Bands zu?

Hier gibt es sehr viele positive Rückmeldungen. Dass wir eine Plattform bieten, bedeutet den Bands enorm viel, haben sie doch die Chance, auf einen Schlag viele Hörer zu erreichen. Wir sind für junge Menschen der größte Massenkommunikator, den es in Deutschland gibt. Anders als z.B. bei MySpace bieten wir Orientierung, man irrt nicht durch ein schier unfassbares Angebot. Unser Hörer weiß, dass, wenn ihm eine Sendung grundsätzlich gefällt, auch die dort vorgestellten Musiktipp für ihn interessant sein könnten.

MySpace ist ein Fass ohne Boden. Sich stundenlang in dem Angebot zu verlieren, macht nicht jedem Spaß. Wie wichtig wir für die Bands sind, merken wir immer wieder an der „1LIVE Krone“. Alle geladenen Künstler kommen. Selbst jene, die sich anhand der Nominierungsliste ausrechnen können, dass sie den Preis nicht bekommen werden. Das zeigt doch, dass wir ein Sender sind, den sie gut und wichtig finden.

Können Sie bei nominierten Newcomern der „1LIVE Krone“ zurückverfolgen, was aus ihnen geworden ist?

Das müsste ich nachprüfen. Noch mal zu der Bedeutung der „1LIVE Krone“: Das ist der größte deutsche Radioaward – und ein Publikumspreis. Radio spielt eine sehr große Rolle für Musiker. Folglich hat auch ein solcher Preis einen enorm hohen Stellenwert. Besonders die Kategorie Newcomer wird von unseren Internetusern stark geklickt. Hier liegt die Leidenschaft, etwas Neues zu entdecken zugrunde. Gerade Newcomer können ihre Fans sehr gut mobilisieren, damit diese im Internet für sie abstimmen.

Wurde die „1LIVE Krone“ von Beginn an im Fernsehen und Internet übertragen?

Die Preisverleihung basierte immer schon auf einer trimedialen Zusammenarbeit. Wobei wdr.de seine Unterstützung noch ausgebaut hat.

Wie wichtig ist es für internationale Künstler, dass sie bei 1LIVE gespielt werden?

Sehr wichtig, denn NRW ist ein riesiges Bundesland mit vielen potenziellen Musikkonsumenten und Konzertgängern. In Deutschland und im europäischen Raum hat sich 1LIVE einen guten Namen gemacht. Die Zusammenarbeit mit den Amerikanern ist da schwieriger. Die Amerikaner können mit „public radio“ nichts anfangen. Ein solches Rundfunksystem, wie wir es haben, gibt es in den USA nicht. So fällt es ihnen manchmal schwer, uns richtig einzuschätzen.

Hat der Wegzug von VIVA und der Popkomm Einfluss auf 1LIVE?

Es gab Zeiten, in denen wir mehr internationale Studiogäste hatten, das mag aber auch mit anderen Dingen zusammen hängen. Dennoch, früher haben Künstler zuerst bei VIVA und dann bei 1LIVE vorbeigeschaut. Heute sind aber insgesamt weniger Musiker für Interviews unterwegs. Die Plattenfirmen haben dafür immer weniger Geld, und die Märkte sind zudem viel globaler geworden. So kann es passieren, dass zeitgleich viele Länder versuchen, auf einen Künstler zugreifen, da seine Platte gerade weltweit veröffentlicht wird. Was die Popkomm angeht, haben wir dort viel Programm gemacht. Musikjournalistische Panels, Sondersendungen oder Konzerte zum Beispiel. Aber der Weggang ist für 1LIVE nicht wirklich problematisch.

Die Künstler sind also nicht mit nach Berlin gezogen?

Der Wegzug nach Berlin hat nichts mit der Popkomm oder mit VIVA zu tun. Hier folgen die Musiker einem generellen Trend. Die Musikindustrie konzentriert sich momentan auf Berlin.

Wie würden Sie den Stellenwert beschreiben, der 1LIVE gegenüber anderen Sendern in Bezug auf die populäre Musik in NRW zukommt?

Wir spielen insgesamt viel mehr Newcomer als andere Sender. Die Privaten sind hier viel zurückhaltender. Sie schauen erst, ob ein Titel bereits von anderen bekannt gespielt ist. Meines Wissens haben andere Radiosender auch keine Strecken, die auf die Nachwuchsförderung aus NRW abzielen. Musik spielt auch inhaltlich eine große Rolle. Im Programm stellen wir Musiker z.B. im Rahmen von Studiogesprächen, Porträts oder unserer einstündigen Talksendung vor. Wir haben auch schon mit einzelnen Musikern kleine Hörerkonferenzen durchgeführt, bei denen die Hörer diese Künstler befragen konnten, wie in einer Pressekonferenz. Im Anschluss gab es ein kleines Konzert. So was machen die Privaten eher nicht; schon gar nicht in dem Umfang, in dem wir es tun. Bei der Vorstellung neuer Musik sind wir sehr aktiv – im Tages- und im Abendprogramm, in dem Musik weitab des Mainstreams eine große Rolle spielt.

Mein persönlicher Eindruck beim Hören von 1LIVE war, dass in den letzten Jahren verstärkt auf Comedy gesetzt wurde. Ist diese Beobachtung korrekt?

Comedy ist ein wichtiger Bestandteil des Programms, der aber in den letzten Jahren nicht ausgeweitet worden ist. Wir haben das Programm vielmehr in die Richtung verändert, dass 1LIVE neben Unterhaltung auch verstärkt Information bietet. Weil aktuelle und verlässliche Information die einzige Möglichkeit ist, sich von anderen Sendern deutlicher zu unterscheiden. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk unterscheidet sich von anderen Sendern durch die Qualität, die der Hörer bekommt, auf die er sich verlassen kann und auch verlässt. Wir bieten Orientierung und Hintergründe, sind seriös, aktuell und schnell.

Fördert 1LIVE neben der Musik auch andere Kultursparten?

Auf jeden Fall. Ab 20.00 Uhr würde ich unser komplettes Angebot als Kulturprogramm einstufen. Zu dieser Zeit spielen wir bei „1LIVE Plan B“ alternative und progressive Musik und sprechen über neue Platten, Filme, Ausstellungen, digitale Trends und Phänomene der Popkultur. Ab 23.00 Uhr läuft eine lange Wortformatstrecke, die je nach Wochentag wechselt. Montags bieten wir eine einstündige Reportage, dienstags ein einstündiges Feature, mittwochs einen Talk, donnerstags ein Krimihörspiel und freitags eine Lesung. Der Autor, der am Freitag liest, wird schon vorher im Rahmen der Sendung „1LIVE Plan B“ vorgestellt und gibt einen ersten Einblick in das Buch.

Aber auch im Tagesprogramm gibt es viel Kultur, wie Kinofilmvorstellungen oder DVD-Tipps. Darüber hinaus bieten wir im Bereich Film Previews für unsere Hörer an. Außerdem produzieren wir diverse Comedy- und Satireformate. In unserem Internetangebot gibt es zusätzlich ein sehr interessantes Angebot, das 1LIVE Kunst heißt und ein vierstündiger Kulturchannel ist. Der zuständige Redakteur filtert dazu jeden Morgen die aktuellen Kulturbeiträge aller WDR-Programme und prüft, welche Beiträge in das Angebot für junge, kulturell interessierte Hörer passen würden. Diese Beiträge werden zweitverwertet, „frisch“ von 1LIVE Moderatoren anmoderiert und mit Musik angereichert, die sehr innovativ ist.

Wie genau gestaltet sich die Literaturförderung?

Immer freitags findet eine Live-Lesung vor Publikum statt. Wir konnten hier schon Autoren, wie Sven Regener oder Jan Weiler präsentieren. Dabei achtet der zuständige Redakteur aber auch immer darauf, dass Newcomer dabei sind. Einmal im Monat gehen wir mit diesem Format, der „1LIVE Klubbing Lesung“, raus ins Land und sind zu Gast in verschiedenen Städten in NRW. Dadurch, dass der Eintritt frei ist, kommen viele Leute und sehen sich das an.

Wie würden Sie die Entwicklung bei 1LIVE in den nächsten zehn bis fünfzehn Jahren einschätzen?

Das Internet wird immer wichtiger werden, das sieht man auch an der Entwicklung der Klickzahlen. 1LIVE wird sich immer mehr zu einer Multimediamarke entwickeln. Wir müssen unsere Inhalte so aufbereiten, dass sie neben dem linearen Radioprogramm auch auf verschiedenen anderen Wegen ihre Hörer oder User erreichen. Daneben ist der zeitunabhängige Nutzen ganz wichtig. Ich will meine Lieblingssendung dann hören, wann ich es will. Die Arbeitsweise wird sich insofern ändern, dass wir das Internet immer stärker mit einbeziehen werden müssen. Für uns heißt das: Internet definitiv immer mitdenken. Dass wir mit Sendungen, Programmaktionen und Events zu unseren Hörern, also in ihre Stadt kommen, bleibt aber wichtig. Exklusive Angebote und Radio zum Erleben haben uns immer ausgezeichnet. Dass ändert sich auch im Internetzeitalter nicht.

Wissen Ihre Hörer eigentlich, dass 1LIVE zum WDR gehört? Sie sind ja die einzige Welle, die den WDR nicht im Namen trägt.

Ich denke, viele Zuhörer wissen, dass wir Teil des WDR sind. Auf unseren Werbemitteln zum Beispiel wird ja auch immer das WDR-Logo mitabgedruckt. Auf unserer Internetseite ist es ebenfalls zu finden.

Hat 1LIVE die höchsten Einschaltquoten des WDR-Rundfunks?

Ja, momentan schon.

„Der WDR ist ein wichtiger Auftraggeber für Komponisten“

*Stefanie Ernst im Gespräch mit Dr. Christoph Stahl,
Leiter der Hauptabteilung Orchester und Chor*

Welche Rolle spielen die WDR-Klangkörper für die Neue Musik?

Die „Neue Musik“ findet in den WDR-Klangkörpern überaus kompetente, inspirierte und erfahrene Partner. Die Zahl der Werke, die die WDR-Klangkörper uraufgeführt haben, ist ebenso lang, wie prominent. Das heißt: Die WDR-Klangkörper genießen in der Szene der Neuen Musik großes Vertrauen. Die Anzahl der Uraufführungen, der Konzerte mit Neuer Musik, die Archivproduktionen und die auf Tonträger veröffentlichten Projekte dokumentieren dies eindrucksvoll. Dies wurde z.B. in der Publikation „50 Jahre Neue Musik im WDR“ herausgearbeitet.

Welche Rolle spielen sie für die Musiklandschaft in NRW und darüber hinaus?

Seit ihrer Gründung vor über 55 Jahren haben die Klangkörper des WDR unverwechselbare künstlerische Identitäten entwickelt. In den Jahrzehnten wurden ihre Aufgabenstellung und ihre Struktur immer wieder an die veränderten programmlichen Anforderungen im WDR angepasst. Die damit verbundene stetige Entwicklung in der Positionierung macht sie zu einer wesentlichen und tragenden Säule des Musikprogramms in NRW und weit darüber hinaus. Alle vier Klangkörper zählen qualitativ zur deutschen Spitze. Kernaufgabe ist es, ein breitgefächertes Programm sowohl in den Konzertsälen des Landes, in den Musikzentren Deutschlands und Europas als auch in den Hörfunkprogrammen des WDR, des WDR-Fernsehens und der gesamten ARD anzubieten.

Welche neuen Entwicklungen in der Musik werden vom WDR unterstützt?

Die Positionierung der WDR-Klangkörper in programmlicher Hinsicht folgt auf der einen Seite zunächst den spezifischen Anforderungen der Hörfunkprogramme, für die die Klangkörper produzieren, und auf der anderen Seite den Gegebenheiten des internationalen Konzertbetriebes. Darüber hinaus zeichnet sich die Arbeit der WDR-Klangkörper aber auch durch gezielte „Grenzüberschreitungen“ aus, um so neue „Hörwelten“ zu erschließen. Diese gezielten Vorstöße werden, um ein Beispiel zu nennen, im Bereich des WDR Rundfunkchores in vielen Projekten seines Chefdirigenten Rupert Huber realisiert. Ein weiteres Beispiel ist die Arbeit des WDR Rundfunkorchesters im Genre „Spielemusik“.

Grundsätzlich versuchen wir all die neuen Musikentwicklungen aufzugreifen und zu unterstützen, die auf die Formation des „klassischen“ Kultur-Orchesters, den Chor und die Big Band zurückgreifen.

Wie schätzen Sie die Rolle des WDR als Auftraggeber für Komponisten ein?

Der WDR ist ein wichtiger Auftraggeber für Komponisten. Die von den Klangkörpern gespielten Uraufführungen ziehen nicht selten ein internationales Publikum an. Fokussiert wird das Engagement für die Neue Musik in der Reihe „Musik der Zeit“ des WDR Sinfonieorchesters. Aber nicht nur dort, sondern auch einzelne Projekte des WDR Rundfunkchores verschreiben sich ausschließlich der Neuen Musik. Dazu kommen Großprojekte mehrerer Klangkörper; so finden beispielsweise während der MusikTriennale Köln regelmäßig mehrere Uraufführungen unserer Klangkörper statt. Aber auch in den Abonnementskonzerten sind regelmäßig Uraufführungen zu hören.

Mit dem „Komponisten der Saison“ und dem „Composer in Residence“ stellen das WDR Sinfonieorchester und der WDR Rundfunkchor jeweils einen Komponisten in den Brennpunkt ihrer Aktivitäten im Bereich der Neuen Musik.

Für das WDR Rundfunkorchester arbeiten zahlreiche Komponisten (und Arrangeure) der gehobenen Unterhaltungsmusik. Ein Heer von Komponisten und Arrangeuren beschäftigt die WDR-Big Band, deren Programm fast ausschließlich aus Uraufführungen besteht. Mit ihren Projekten greifen beide Klangkörper in zahlreichen Projekten tagesaktuelle Strömungen auf.

Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit der WDR-Klangkörper mit den Musikern in NRW?

Die vier WDR-Klangkörper laden regelmäßig Musiker aus NRW zu gemeinsamen Projekten ein. Künstler aus NRW übernehmen sowohl Solo-Partien als auch Positionen innerhalb der Klangkörper. Das WDR Sinfonieorchester hat darüber hinaus die Patenschaft für das Landesjugendorchester NRW übernommen. Daraus ergibt sich ein intensiver, regelmäßiger Austausch, mit den besten Nachwuchsmusikern des Landes (Unterricht, Überlassung von eingerichteten Notenmaterial und Instrumenten etc.). Das WDR Sinfonieorchester, das WDR Rundfunkorchester und der WDR Rundfunkchor beschäftigen regelmäßig Praktikanten, die auch aus NRW kommen. Zahlreiche Musiker aus allen vier Klangkörpern haben Lehrverpflichtungen an den Musikhochschulen in NRW angenommen, um ihr Wissen weiterzuvermitteln.

„Für den WDR hat das Kulturpartnerschaftsmodell eine hohe Bekanntheit seiner Kulturträgerrolle bewirkt“

Stefanie Ernst im Gespräch mit Prof. Karl Karst, Wellenchef von WDR 3

Herr Professor Karst, aus welchen Gründen wurde das Modell der Kulturpartnerschaften entwickelt?

Ich war unzufrieden mit den punktuellen, kurzfristig verabredeten Trailerpartnerschaften, den sogenannten „Präsentationen“ für Konzerte und Kulturereignisse. Diese werblichen Ankündigungen waren punktuell und ohne Bezug zum Profil von WDR 3. Mein Wunsch war es, anstelle dieser in den meisten Radioprogrammen praktizierten Form der punktuellen Medienpartnerschaft eine spezifische Form für Kultur-Medienpartnerschaften zu finden, die sachbezogener, verbindlicher und dauerhafter sein sollte als bisherige Formen der kurzzeitigen „Präsentation“. Resultat war die spezifische Form der Kulturpartnerschaft, die wir zunächst theoretisch konzipierten, dann mündlich mit einzelnen Kultureinrichtungen vor besprachen und schließlich an einzelnen Fällen exemplarisch ausprobierten, so z.B. mit der Kölner Philharmonie während der MusikTriennale 2000.

Das Konzept fand Zustimmung und erwies sich sehr schnell als wirkungsreich: WDR3 sendet Programmtrailer für seine Partner, die Partner präsentierten das Kulturradio in ihren Medien. Im Anschluss an die Testphase informierten wir eine kleinere Zahl der für WDR 3 relevanten Kultureinrichtungen des Landes über das neue Konzept und fragten nach ihrem Interesse. Die Tatsache, dass sich nach kurzer Zeit nicht nur die Angeschriebenen, sondern auch Einrichtungen zurückmeldeten, die wir gar nicht angeschrieben hatten, zeigte schnell, dass das Modell funktionierte und angenommen wurde. Innerhalb weniger Monate verfügte das Netzwerk bereits über 60 Kulturpartner mit vertraglich fixierter, dauerhafter Partnerschaftsbindung.

Die Verträge zwischen den Kulturpartnern und WDR3 sind offen formuliert, wie es der Gesetzeslage entspricht, gleichzeitig aber verbindlich: Die Partnerschaft ist exklusiv und dauerhaft. Sie kann gekündigt werden, schließt während ihrer Dauer aber eine weitere Radiopartnerschaft aus.

Für uns als Rundfunkprogramm war diese Kooperationsform ein Novum. Es gab keine Vorbilder für eine solche dauerhafte Partnerschaft. Durch das nicht-kommerzielle Netzwerk verbinden sich die Kultureinrichtungen stärker mit dem Kulturradio eines Landes und schaffen zugleich auch ein Beziehungsnetz untereinander, wie sich bald herausstellen sollte. Das WDR3-Kulturpartnernetz führte

auch unter den Partnern zu neuen Projekten – und am Ende für das Land und sein kulturinteressiertes Publikum zu „mehr Kultur“ bei gleichem oder gar geringerem Mitteleinsatz. Insofern war es naheliegend als Slogan für die Kulturpartnerschaft den Satz zu wählen: „Partnerschaft für mehr Kultur“.

Die Anzahl der Kulturpartner ist begrenzt. Warum?

Die Bewerberzahl war so groß, dass wir sehr schnell an die Grenze unserer Kapazität und der zumutbaren Menge an Partnern stießen. Um unsere Qualitätsansprüche wahren und sicher stellen zu können, dass alle Partner gerecht behandelt werden, haben wir die Zahl der festen Kulturpartner auf 80 begrenzt. Etwa 25 punktuelle Partnerschaften kommen dazu.

Wurden und werden die Kulturpartner nach bestimmten Paradigmen ausgewählt? Gibt es Schwerpunktsetzungen hinsichtlich bestimmter kultureller Bereiche?

Zentrales Kriterium ist die Profilübereinstimmung mit WDR 3. Ein zweites Kriterium ist, dass die WDR 3-Kulturpartnerschaften ganz NRW erfassen und angemessen im Land verteilt sind. Und schließlich ist der nichtkommerzielle Charakter der Institutionen eine unabdingbare Voraussetzung.

Existieren Evaluationen, die den Nutzen für die einzelnen Kulturpartner belegen?

Es gibt eine Reihe sehr positiver Rückmeldungen aus dem Kreis der Kulturpartner, die sich auf die Steigerung der Auslastung ihrer Veranstaltungen bezieht. Schon Albin Hänseroth, der seinerzeitige Intendant der „Kölner Philharmonie“, mit dem ich die Betrailerung eines sehr anspruchsvollen Konzerts der Neuen Musik testete, meldete zurück, dass er den Einsatz unserer Trailer am Kartenverkauf merken könne. Das „Klavier-Festival Ruhr“ berichtet uns über mehrere Jahre hinweg, dass die Auslastung kontinuierlich und in einem hohen Prozentsatz gestiegen sei.

Die Trailer des WDR-Kulturradios leisten einen spürbaren Beitrag zur Erhöhung der Besucherzahlen in der NRW-Kultur. Es ist erkennbar, dass kein Medium in unserem Land die Kulturinteressierten so flächendeckend und in solcher Zahl erreichen kann wie WDR 3. Insofern ist das Kulturradio das größte Massenmedium für die Kultur eines Landes – zumindest hier in NRW.

Das Kulturpartnerschaftsmodell hat über die direkte Förderfunktion auch Pate gestanden für neue Formen der Kulturkooperation im Land, so z.B. das Modell der „NRW Städtekonzerte WDR 3“, eine bundesweit einmalige Kooperation mit den Kulturorchestern in NRW, vertraglich fixiert mit der Deutsche Orchestervereinigung und dem Deutschen Bühnenverein, Sektion NRW.

Durch die Kulturpartnerschaft versuchen Sie Hörer an den Sender zu binden. Ist der Nutzen für WDR 3 spürbar?

Ziel ist, dass alle Beteiligten von der Partnerschaft profitieren – durch Auslastungssteigerung, durch Imagegewinn, durch Kosteneinsparung und nicht zuletzt durch eine Vergrößerung des Angebots für das Publikum. Das lässt sich bei einigen Teilnehmern leichter quantifizieren als bei anderen. Die Messbarkeit ist nicht immer gleichermaßen gegeben. Das gilt auch für die Mediadata von WDR 3. Feststellen können wir eine deutliche Zunahme der Kenntnis unserer Funktion als Kulturträger in NRW. Ebenfalls erkennbar ist der Imagegewinn für den WDR als Gesamtunternehmen durch die Einführung und Pflege des Netzwerks der WDR 3-Kulturpartner.

Die Kulturträgerrolle des WDR wird durch die Präsenz des Kulturradios im Land öffentlich sichtbarer als je zuvor. Durch die WDR 3-Kulturpartnerschaften ist der WDR kulturell flächendeckend präsent und zeigt bei vielen großen Kulturinstitutionen Flagge. Das Kulturradio hat dabei die Funktionsvermittlung inne.

Auch zur Profilierung von WDR 3 als Kulturradio haben die Kulturpartnerschaften in Verbindung mit einer Steigerung des Anteils des aktuellen Kulturbezugs im Programm beigetragen. Ob sie eine quantitative Steigerung der Hörerzahlen bewirkt haben, lässt sich mit den vorhandenen Meßmethoden weder verifizieren noch ausschließen.

Das Konzept scheint sich bewährt zu haben. Ist vielleicht sogar über sich hinausgewachsen. Gibt es etwas, das verbesserungswürdig ist oder das geändert werden müsste?

Das Konzept lässt sich weiterentwickeln und ausbauen. Ich denke, es ist ein fortlaufender und auch notwendiger Prozess der Anpassung an die gesellschaftlichen Gegebenheiten. Im Laufe der ersten Jahre sind bereits zwei Neuentwicklungen aus dem Modell hervorgegangen: Zum einen die Installierung der landesweiten Veranstaltungsreihe „Kulturpolitisches Forum WDR 3“, die ihrerseits wieder Modell gestanden hat für andere kulturpolitische Reihen und Podien in NRW. So wie der Name „Kulturpartner“ sehr schnell Verbreitung gefunden hat, ist auch dieser Titel nun quasi zu Allgemeingut geworden – was mir gefällt.

Eine zweite Entwicklung war die Einführung öffentlicher Leistungsschauen, so das „WDR 3 Kulturpartnerfest 2006“, das in 6 Städten Nordrhein-Westfalens auf ca. 20 Bühnen über 200 Stunden Programm kostenlos für am Ende rund 60.000 Besucher darbot. Eine 12-stündige Live-Sendung in WDR 3 begleitete das bislang wohl größte europäische Kulturfest, das vor allem eines zeigte: Die Leistungsfähigkeit der Vernetzung und die Vielfalt der Kultur in diesem Land.

Aus diesen Festen und jährlichen Kulturpartnertreffen entwickelte sich nahezu folgerichtig auch die Entscheidung, das Netzwerk rund um WDR 3 in eine eigene juristische Form zu gießen. So entstand 2008 aus dem sternförmig auf WDR 3 fixierten WDR 3-Kulturpartnernetzwerk der „kulturPARTNERnrw e.V.“, ein gemeinnütziger Verein der WDR 3-Kulturpartner.

Die Gründung des Vereins hatte vor allem einen arbeitstechnischen und organisatorischen Hintergrund?

Basis der Entscheidung, die WDR 3-Partner auch in einer eigenen Struktur zusammenzuführen, war die Absicht, die Kulturpartner in NRW noch weiter zu vernetzen und die Kraft dieses Netzwerks stärker in die Öffentlichkeit zu tragen und nutzbar zu machen.

Für die Umsetzung dieser Absicht wurden beim Kölner Kulturpartnertreffen 2004 zwei Arbeitsgruppen gebildet: Die erste widmete sich der Idee einer großen öffentlichen Veranstaltung, die das damals schon europaweit größte Netzwerk der WDR-Kulturpartner öffentlich in Aktion zeigen sollte. Aus dieser Idee entwickelte sich das „WDR 3-Kulturpartnerfest“, das 2006 in 6 Städten Nordrhein-Westfalens mit Beteiligung von 50 Kulturpartnern für rund 60.000 Besucher in NRW realisiert wurde. Ein großer Erfolg, dessen Wirkung bis heute nachhält.

Die zweite Idee widmete sich der weiteren Vernetzung, aus der die Absicht einer institutionellen Gründung und einer stärkeren öffentlichen Präsenz z.B. durch eine eigene Internetseite entstanden. Beides wurde 2008 umgesetzt, die Gründung des „kulturPARTNERnrw e.V.“ mit Sitz in Düsseldorf und der Start der Domain www.kulturpartner.net.

Die Mitglieder des Vereins sind nicht 100 Prozent deckungsgleich mit denen der Kulturpartner? Warum?

Es müssen nicht alle WDR 3-Kulturpartner Mitglied im kulturPARTNERnrw e.V. sein, aber die Voraussetzung für eine ordentliche Mitgliedschaft ist die WDR 3-Kulturpartnerschaft. Der Verein hat satzungsgemäß die Aufgabe, Dinge für alle Kulturpartner zu tun und das Netzwerk zu stärken. Als juristische Person ist der gemeinnützige Verein in der Lage, für das Netzwerk zusätzliche Mittel einzuwerben und Projekte zu entwickeln, die in der vorherigen Form nicht möglich waren. Seine Tätigkeit kommt also immer dem gesamten Netzwerk der Kulturpartner zugute und nicht nur den Mitgliedern des Vereins. Es gibt keine Bevorzugung einzelner Einrichtungen durch ihre Mitgliedschaft im Verein.

Kam es eigentlich bereits zu Ausstiegen aus der Partnerschaft?

Abgesehen von einer einzigen Ausnahme hat es bislang von Seiten der Kulturpartner keine Austritte gegeben. Allerdings haben wir selber ein paar Mal Signale an weniger engagierte Institutionen gegeben und nahe gelegt, aus dem Netzwerk auszutreten. Sobald wir das Signal gaben, haben sie sich aber ins Zeug gelegt und sind bis heute dabei.

Das klingt so, als wären die Erwartungen, die die Kulturpartner an WDR 3 hatten, auch erfüllt worden?

Ich denke, dass sich der Nutzen für alle Beteiligten in hohem Maße erwiesen hat. Die Rückmeldungen der Kulturpartner sind jedenfalls ausgenommen positiv. Für den WDR hat das Kulturpartnerschaftsmodell eine hohe Bekanntheit seiner Kulturträgerrolle bewirkt. Am meisten hat am Ende das Publikum profitiert und die Kulturlandschaft Nordrhein-Westfalens insgesamt. Die Vielfalt des Kulturangebots in NRW ist durch die Kommunikation im Kulturradio WDR 3 deutlich bekannter geworden ist.

Aus meiner Sicht hat sich auch das Gemeinschaftsbewusstsein der Kultureinrichtungen untereinander erhöht. Das WDR 3-Netzwerk besteht aus Partnern, die sich in ihrer Souveränität anerkennen und gegenseitig wertschätzen. Souveränität ist mir dabei besonders wichtig: Die gegenseitige Kritikfähigkeit und die Akzeptanz, dass WDR 3 seine kritische Haltung gegenüber aktuellen Kulturereignissen nicht aufgibt, trägt entscheidend zur Wertigkeit der Partnerschaft bei. Mit einem unkritischen, käuflichen Medium in Partnerschaft verbunden zu sein, ist keine sonderlich Image fördernde Leistung. Kulturpartner eines souveränen und kritischen Mediums zu sein, hat einen wesentlich höheren Anspruch und eine größere Wertigkeit. Insofern gilt unsere Logoplatzierung auch als Qualitätsausweis.

Aus Perspektive des Landes gesehen ist durch die WDR 3-Kulturpartnerschaften eine Vernetzung von Kultureinrichtungen entstanden, die es in dieser Größe und Wirksamkeit zuvor nicht gab.

Ein weiterer Aspekt ist die Verknüpfung der Kultureinrichtungen untereinander. Institutionen, die sich aufgrund der früher verbreiteten Kirchturmspolitik eher aus dem Weg gingen oder die sich trotz räumlicher Nähe nicht einmal kannten, wurden durch die Kulturpartnerschaft miteinander ins Gespräch gebracht. Nicht selten entstanden auf diese Weise bilaterale Projekte unter zuvor nicht kooperierenden Einrichtungen.

Besonders wirksam war das Gemeinschaftserlebnis des Kulturpartnerfestes 2006, das die 50 beteiligten Kulturpartner im Land und die über 100 aktiven Kol-

leginnen und Kollegen des WDR zusammengeführt hat wie ein großes Team. Die beteiligten Techniker, Redakteure, Moderatoren und Kulturpartner sprechen bis heute von dieser Kultur-WM. Es war die bis dahin größte Präsenz des WDR-Hörfunks bei einer öffentlichen Veranstaltung in NRW.

Findet ein solcher Zusammenschluss von etwa 80 Kulturpartnern eines Bundeslandes, zu denen wirkliche kulturelle „Schwergewichte“ gehören, in der Kulturpolitik besseres Gehör?

Ich glaube schon, dass die Kulturpolitik einem solchem Netzwerk mehr Aufmerksamkeit schenken muss als einzelnen Institutionen. Wenn die größten Kultureinrichtungen des Landes sich vernetzen und eine juristische Person werden, dann ist damit eine Stärkung ihrer Artikulationsfähigkeit verbunden. Mir liegt etwas daran, denjenigen Bereichen, die nicht so lautstark auftreten können wie andere in dieser Gesellschaft, eine stärkere Stimme zu geben.

Eine solche Vereinigung könnte Missgunst heraufbeschwören. Gibt es Kulturinstitutionen, wie den Kulturrat NRW, die die Kulturpartnerschaft kritisch beäugen?

Immer dann, wenn sich Einzelkämpfer verbünden und ein gemeinsames Interesse verfolgen, entwickelt sich eine Kraft, die zuvor in dieser Form nicht vorhanden war. Es kommt darauf an, diese Kraft positiv zu nutzen. Wenn das geschieht, sind die Ängste, die zwangsläufig bei Strukturen ähnlicher Natur entstehen, schnell zu beseitigen. Man spricht miteinander und klärt die Positionen, vor allem steckt man die Bereiche der Tätigkeiten ab.

So besteht mit dem NRW Kulturrat ein enger Austausch und eine klare Abgrenzung der Aufgaben und Kompetenzen: Der NRW Kulturrat ist der Dachverband der Künstlerverbände; die Kulturpartner NRW sind ein Zusammenschluss der Kultureinrichtungen des Landes. Insofern sind Kooperation und Kommunikation nicht nur naheliegend, sondern ausgesprochen effizient. Es ist beiden Netzwerken gleichermaßen wichtig, mit kulturellen Themen Gehör in der Gesellschaft zu finden. Sich dabei Konkurrenz zu machen, wäre wider die Natur der Aufgabe und äußerst unklug.

Bei der 50osten Rundfunkratsitzung wurde ein intensiver Dialog mit den WDR 3-Kulturpartnern zum Ziel erhoben. Bezogen sich diese Worte auf konkrete Ereignisse? Der WDR ist der größte Kulturträger in NRW und als größte öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt der ARD auch in der Pflicht, diese Rolle, solange er dafür ausgestattet ist, wahrzunehmen. Insofern verstehe ich diese Aufforderung als Signal, die Partnerschaft zwischen der Kultur und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk des Landes aktiv fortzusetzen und sorgsam zu pflegen.

Herr Professor Karst, worauf dürfen wir in Zukunft gespannt sein?

Das kommende Jahr steht im Zeichen der Kulturhauptstadt Europas. Die Ruhr 2010 sehe ich als nationale Auszeichnung und überregionale Aufgabenstellung. Insofern wird sich sowohl das Programm WDR 3 als auch das Kulturpartnernetzwerk intensiv durch Begleitung der Aktivitäten der Ruhr 2010, aber auch durch eigene Impulse in dieses große Kulturereignis einbringen. Geplant ist z.B. als neues Kulturpartnerprojekt eine Sternfahrt, die sich aus fünf Richtungen auf Essen hin bewegt und an ausgewählten Kulturpartnereinrichtungen Station macht. Das Projekt steht unter dem Titel „kulturPARTNERtour“ und kann, wenn es erfolgreich ist, ein weiteres dauerhaftes Modul der WDR 3-Kulturpartnerschaften werden.

„Die technischen Entwicklungen dienen in erster Linie der Verbesserung in den Arbeitsabläufen für die Programmierer“

Stefanie Ernst im Gespräch mit Carsten Berndt, Direktion Produktion und Technik, Technologie und Innovationsmanagement im WDR

Welche Bedeutung hat der WDR für den technischen Fortschritt im Bereich Rundfunk und darüber hinaus?

Bei der Herstellung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen hat der WDR aufgrund der Vielfalt unterschiedlicher Genres hohe Ansprüche an die verwendete Produktionstechnik. Die Produktionsinfrastruktur ist ausgerichtet an den spezifischen Anforderungen und umfasst sowohl kleinere Auslands- und Regionalstudios als auch große Produktionskomplexe für Hörfunk und Fernsehen. Das Zusammenwirken dieser heterogenen Bereiche fordert die Mitarbeiter, die neuen Arbeitsprozesse und die verwendete Technik. In Zusammenarbeit mit den Herstellern werden fortwährend neuartige und innovative Lösungen erarbeitet, von denen auch Dritte partizipieren.

Der WDR spielt hierbei eine wichtige Rolle bei der Einführung und Verbreitung avancierter Medientechnologie, als mittelbare, aber gleichwohl wichtige Folge aus seinem Auftrag als Kulturproduzent. Hersteller und Dienstleister können mit ihren getätigten Investitionen auf einen verlässlichen Geschäftspartner bauen, so dass auch Innovationszyklen beherrschbar bleiben und eine kontinuierliche Weiterentwicklung sichergestellt ist. Seitens des WDR werden die im WDR identifizierten Anforderungen in entsprechende Arbeitsgruppen eingespeist, zum Beispiel wäre die European Broadcasting Union (EBU) zu nennen, deren Ergebnisse in allgemein anerkannte Standardisierungspapiere münden.

Die durchgängige Digitalisierung im Hörfunk zur Erhöhung der Effektivität, die Verbesserung von Arbeitsabläufen sowie die Sicherstellung einer hohen Produktionsqualität wird vom WDR schon seit über zwanzig Jahren forciert. Die erste große digitale Senderegie der ARD wurde schon Ende der achtziger Jahre in der Philharmonie Köln in Betrieb genommen, mittlerweile ist die Hörfunkproduktion durchgängig digitalisiert. Aufgrund der höheren technischen Anforderungen durchläuft der Bereich der Fernsehproduktion eine gleichartige Entwicklung mit zeitlicher Verzögerung. Eine durchgängige Digitalisierung konnte in diesem Aufgabengebiet bislang noch nicht erreicht werden.

Für den Programmaustausch und die Verteilung von Hörfunk und Fernsehprogrammen im Senderverbund nutzt die ARD breitbandige Netze in Deutschland, deren zu Grunde liegenden Infrastrukturen der Netzeanbieter auch kommerziellen Rundfunkanstalten zur Verfügung stehen. Neben HYBNET, dem ARD-weiten Austausch- und Verteilnetz wurde in NRW das RegioNet aufgebaut. Hierbei kamen jeweils die innovativsten Netztechniken zum Einsatz, die größtenteils erstmalig für den Rundfunkbereich eingesetzt wurden. Die Erschließung der jeweiligen Technik hat der WDR maßgeblich und kontinuierlich mit gesteuert.

Aufgrund der Nachfrage an Auftragsproduktionen haben sich im Raum Köln nicht nur eine erhebliche Anzahl von Produktionsfirmen, sondern als weitere Folge auch kommerzielle Rundfunkanstalten angesiedelt. Durch die resultierende Nachfrage stehen am Medienstandort Köln modernste Produktionsmittel zur Verfügung, die teilweise nur an wenigen Standorten in Europa vorzufinden sind. Beispiele hierfür sind hochwertige Filmabtaster oder die so genannte Spidercam.

Bei der Verteilung der Fernsehprogramme wurde durch die Aktivitäten von ARD und ZDF zusammen mit den kommerziellen Rundfunkveranstaltern die digitale terrestrische Verbreitung, DVB-T, in Deutschland maßgeblich vorangetrieben. DVB-T als Ablösung der analogen Übertragung hat für den Zuschauer nicht nur eine Erhöhung der Programmanzahl sondern auch neue Dienste wie elektronische Programmführer zum Ergebnis. Zusammen mit dem schon seit den 90er Jahren genutzten Verbreitungsweg DVB-S sowie DVB-C sind alle Verbreitungswege der WDR-Programme in digitaler Form verfügbar.

Welche Investitionen im Bereich Digitalisierung kommen zukünftig auf den WDR zu?

Im Bereich der Produktion Fernsehen ist eine der größten Herausforderungen die Realisierung von durchgängig vernetzten Produktionsumgebungen. Hierfür müssen sowohl die Arbeitsabläufe als auch die unterstützende Technik zum Teil grundlegend angepasst werden. Die traditionell medienbasierte Arbeitsweise, überwiegend bandgestützt, wird zukünftig filebasiert durchgeführt. Die Digitalisierung der Inhalte ist hierfür notwendig. Innerhalb der Arbeitsabläufe in der Fernsehproduktion wird die intensive Einbeziehung und transparente Weitergabe technischer und beschreibender Informationen, die sogenannten Metadaten, unumgänglich. Hierdurch ist eine nachhaltige Effektivität der einzelnen Bearbeitungsschritte sowie eine unter gegebenen Rahmenbedingungen höchstmögliche technische Qualität zu erreichen. Da die Interoperabilität von Systemen verschiedenster Hersteller zurzeit noch unzureichend ist, sind hier zukünftig weitere Investitionen zur Erreichung dieser Ziele notwendig. Die von ARD und ZDF beschlossene Einführung von HDTV wird ebenfalls zu Investitionen führen, die im Rahmen des Ersatzes vorhandener Technik durchgeführt werden.

Im Bereich der Archive ist die Digitalisierung ebenfalls von fundamentaler Bedeutung. Die Archive des Hörfunks sind bereits in digitaler Form für die Programmerstellung verfügbar, für die Fernsehproduktion ist vor der durchgängigen Digitalisierung der Archivinhalte schon heute ein Vorschauarchiv für die Auswahl von Inhalten realisiert.

Der WDR hat nach Einführung von bimedialer Produktion für Hörfunk und Fernsehen mit der Migration von trimedialer Produktion für die zusätzliche Verbreitung im Internet reagiert. Die Verbreitung der WDR-Angebote im Internet als Reaktion auf die Konvergenz der Medien wird zukünftig auf Grundlage des Rundfunkstaatsvertrages ebenfalls eine bedeutende Rolle haben. Hier wurden entsprechende Vorbereitung getroffen.

Welche Investitionen hat er bereits getätigt?

Neben der Einführung einer durchgängigen vernetzten Produktionsumgebung hat die Umstellung verschiedener Produktionsmittel auf hochauflösendes Fernsehen (High Definition Television HDTV) bereits begonnen. Die Erstellung von HDTV-Produktionen wird mit Beginn der Regelausstrahlung für Das Erste HD ab Februar 2010 immer wichtiger. Schon seit einigen Jahren ist der WDR in der Lage, verschiedene Produktionen in HD abzuwickeln. Für den Aufbau eines Programmstocks für die zukünftige Ausstrahlung in HD wurden entsprechende notwendige Investitionen im Produktionsbereich bereits punktuell durchgeführt. Da es sich um einen Migrationsprozess handelt, wird bei Ersatzinvestitionen die Sinnhaftigkeit der HD-Technik jeweils unter wirtschaftlichen und betrieblichen Aspekten geprüft und entschieden. Die im WDR genutzte Sendeabwicklung wurde im Frühjahr 2009 in Betrieb genommen und ist grundsätzlich HD-tauglich.

Für die Archive wurden konkrete Projekte für die Digitalisierung der Bestände initiiert. Auf EU- und EBU-Ebene werden diese Arbeiten durch begleitende Studien unterstützt. Die erforderlichen finanziellen Mittel sind in der mittelfristigen Finanzplanung berücksichtigt.

Auf dem Gebiet der vernetzten Produktionsumgebung wurden in Teilbereichen bereits Investitionen in Millionenhöhe getätigt. Die enge Verzahnung von Programm und Produktion des ARD-Morgenmagazins als erste große Anwendung sowie die Produktion der ARD-Sportschau sind an dieser Stelle zu nennen. Daneben werden die Produktionseinrichtungen der WDR-Regionalstudios in NRW im Rahmen der Digitalisierung zur Zeit ebenfalls in eine vernetzte Produktionsumgebung überführt.

Was bedeutet die technische Entwicklung für die Mitarbeiter? Was für die Festen, was für die Freien?

Die technischen Entwicklungen dienen in erster Linie der Verbesserung in den Arbeitsabläufen für die Programmierer. Wartezeiten werden verkürzt, der Zugriff auf das Archiv vom Redaktionsarbeitsplatz ermöglicht. Von der Idee über die Programmplanung bis zur Akquisition werden zukünftig durch die Unterstützung von Metadaten effizientere Abläufe möglich und Informationsverluste minimiert. Innerhalb der Produktion im WDR wird durch eine vernetzte Produktion die technische Qualität von Bild und Ton erhöht, Wartezeiten durch langwierige Kopierprozesse fallen zukünftig weg. Ein direkter Zugriff auf das Archiv auch innerhalb der Produktion vermindert den Organisationsaufwand, Material steht nunmehr in allen IT-Systemen zur Verfügung. Diese Vorteile gelten sowohl für freie als auch für festangestellte Mitarbeiter. Ziel ist es, eine möglichst hohe Transparenz in den Arbeitsabläufen für den Einzelnen zu erreichen, ohne technische Restriktionen innerhalb der Arbeitsprozesse.

Welche technischen Fähigkeiten sind bei der Ausbildung wichtig?

Die Anforderungen innerhalb der technisch orientierten Berufen im Bereich Fernsehproduktion werden sich auf Grund des verstärkten Einsatzes von IT-gestützten Produktionsmitteln ändern. Berufsbilder wie die des Kameraassistenten entwickeln sich immer mehr zu Systemadministratoren für komplexe, rechnergestützte Akquisitionssysteme. Die Vielfalt der genutzten Bild- und Kompressionsformaten mit unterschiedlichen Abtastrastern bei HD erfordern zukünftig eine höhere Fachkenntnis innerhalb der Produktion.

Die neu hinzukommenden Freiheitsgrade bei der Wahl technischer Parameter erweitern zum Einen die kreativen Möglichkeiten bei Aufzeichnung und Nachbearbeitung, können zum Anderen aber auch zu Fehlern bei ungenügender Vorplanung von Produktionen führen. Die an einer Produktion beteiligten Fachabteilungen aus Redaktion und Produktion müssen sich im Sinne der technischen Qualität enger abstimmen. Interdisziplinäres Wissen wird einen größeren Stellenwert einnehmen als heute. Produktionstechnische Abläufe werden zukünftig verstärkt auch innerhalb der redaktionellen Tätigkeit abgebildet.

Autoren können bereits heute im direkten Anschluss an einen Dreh Rohschnittlisten erstellen, die in den nachgelagerten Produktionsprozessen integriert werden. Am Redaktionsarbeitsplatz werden Archivinhalte nicht mehr nur textuell recherchiert und ausgewählt, die für Autoren wichtige Suche nach Bildern wird durch

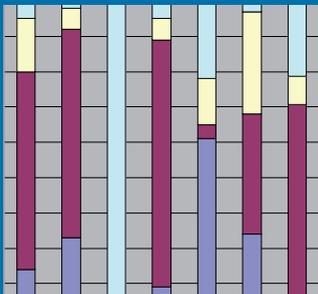
Vorschauarchive in erheblichem Umfang unterstützt. Der Umgang mit den hierfür notwendigen technischen Arbeitsmitteln ist zukünftig unumgänglich.

Wie verdichtet sich Arbeit durch Technik?

Der Einsatz effizienterer Technik hat bei einzelnen Arbeitsschritten eine Erhöhung der Produktivität zur Folge. Die erweiterten Möglichkeiten neuer Technik erhöhen gleichzeitig die Erwartungen und Anforderungen hinsichtlich der Umsetzung kreativer Ideen. Dies kann zu einem höheren Arbeitsaufkommen in einzelnen Bereichen führen. Durch die Verfügbarkeit von Vorschauarchiven könnte von Seiten der Autoren eine detailliertere Vorauswahl von Rohmaterial erwartet werden. Im Gegenzug führt dies in der Nachbearbeitung zu einer Entlastung bei Cuttern am Schnittplatz. Aufgrund von filebasierter Bearbeitung entfallen am Schnittplatz wiederum Wartezeiten durch den Wegfall von Kopierprozessen. Die freigewordenen Ressourcen kommen verstärkt der kreativen Bearbeitung von Produktionen zu Gute. Wachsende Anforderungen entstehen zum Beispiel bei der hochqualitativen Bild- und Tonbearbeitung für HDTV-Material. Gleichzeitig müssen alle am Produktionsprozess Beteiligten kontinuierliche Lernprozesse durchlaufen, die Ressourcen kosten. Die ständige Adaption der jeweiligen Arbeitsabläufe ist somit unumgänglich.

Der WDR als Kulturakteur

Anspruch • Erwartung • Wirklichkeit



Deutscher Kulturrat e.V.
Chausseestraße 103
10115 Berlin
Tel: 030/24 72 80 14
Fax: 030/24 72 12 45
E-Mail: post@kulturrat.de
Internet: www.kulturrat.de

ISBN 978-3-934868-22-9