Anlage (zu § 29 Abs. 3 Nr. 3 des Medienstaatsvertrages)

Programmkonzept DRadio Wissen

1. Ausgangslage

Der Eintritt ins digitale Zeitalter geht einher mit Unsicherheiten künftiger Mediennutzung, von denen auch die Qualitätsangebote im Hörfunk betroffen sind. Wer eine junge anspruchsvolle Zielgruppe erreichen will, muss ein an den inhaltlichen und formalen Ansprüchen sowie den Rezeptionsgewohnheiten dieser Zielgruppe orientiertes Radioformat entwickeln.

Gerade die Zielgruppe der jungen Erwachsenen, die mit DRadio Wissen vorrangig angesprochen werden soll und die durch andere anspruchsvolle Angebote nicht angemessen erreicht wird, zeichnet sich durch ein großes Informationsbedürfnis aus und ist durch das Internet an hohe Aktualitätsstandards gewöhnt. Ausgehend von der Zielgruppe junger Erwachsener wird das Programmangebot von DRadio Wissen seinen Inhalten entsprechend generationsübergreifend und integrativ angelegt.

Ein erfolgreiches Radioprogramm muss ein breites Interessenspektrum seiner Zielgruppe befriedigen, um Hördauer und langfristige Hörerbindung und damit Akzeptanz am Markt zu erreichen.

Erfolgreiches Radio muss sich durch ein einprägsames, leicht „erlernbares“ Sendeschema und kreative Programmformen auszeichnen.

Der Hörfunkrat des Deutschlandradios hat am 11. September 2008 den „Bericht über programmliche Leistungen und Perspektiven des Nationalen Hörfunks 2008 bis 2010“, (HR 5/2008) verabschiedet. Er verpflichtet das Deutschlandradio darin auf Qualitätsstandards, die für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk verbindlich sein sollten. Dies betrifft u.a.

- einen hohen Anteil an Eigenproduktionen,
- ein verlässliches Nachrichtenraster,
- Innovationsfähigkeit und
- die Eigenentwicklung von Formaten für die spezifischen Bedürfnisse der jeweiligen Hörerschaft.

Repräsentative Hörerumfragen belegen, dass die Deutschlandradio-Programme sich wegen dieser Merkmale einer hohen Akzeptanz bei der Hörerschaft erfreuen. Ein Drittel der insgesamt 4,8 Millionen Hörer der 22 gehobenen Programme in Deutschland werden allein durch die beiden Angebote des Nationalen Hörfunks Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur generiert – und dies trotz unzureichender bundesweiter Frequenzausstattung.

Der hohe Anteil der Hörerschaften legt nahe, dass ein erfolgreiches, sich an den vorgegebenen Qualitätsmerkmalen orientierendes DRadio Wissen die Zahl der Hörer dieses anspruchsvollen Programmsegments insgesamt erhöhen und damit weiter zur Anerkennung öffentlich-rechtlicher Qualitätsleistungen beitragen kann. Insoweit ist das Angebot von strategischer Bedeutung für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk insgesamt.

Deutschlandradio Kultur ist es gelungen, mit seinen innovativen Angeboten sowohl das jüngste Durchschnittsalter der Hörer der sogenannten gehobenen Programme (Deutschlandradio Kultur MA 2008 II 50 Jahre, generell 55 Jahre) als auch ein ausgeglichenes Verhältnis von weiblichen und männlichen Hörern zu erzielen. Diese Erfahrungen bilden eine tragfähige Grundlage für die Entwicklung eines neuen Qualitätsangebots, das sich dem Thema Wissen widmet.

Ein solches Wissensprogramm wird weder öffentlich-rechtlich noch kommerziell angeboten. Es entspricht von seinen Inhalten dem Kern des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Es tritt nicht in Konkurrenz zu bestehenden Angeboten. Der Nationale Hörfunk ist der angemessene Veranstalter, weil er wegen seiner

überregionalen Struktur und seiner Präsenz in allen Ländern über enge Kontakte zu den Bildungs- und Wissenschaftseinrichtungen verfügt, zum Teil schon jetzt mit ihnen zusammenarbeitet und ihnen eine bundesweite publizistische Aufmerksamkeit verschaffen kann. Dies ist nicht nur von medienpolitischer, sondern auch von wissenschafts- wie gesellschaftspolitischer Bedeutung. DRadio Wissen ist ein publizistischer Integrator in der föderalen Wissenschafts- und Bildungslandschaft.

Inhaltlich und formal wird sich DRadio Wissen als ein wortorientiertes Programm an den vorgegebenen Qualitätsstandards ausrichten.

2. Zielgruppe und inhaltliches Angebot

Deutschlandradio wird mit DRadio Wissen ein digitales, werbefreies Vollprogramm veranstalten. Es verknüpft die Verlässlichkeit der Marke Deutschlandradio mit Kürze und Fasslichkeit der Darbietung sowie einem eindeutigen Nützlichkeitsversprechen. Es soll neben Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur treten, prinzipiell alle Altersgruppen ansprechen, sich aber vor allem an die Zielgruppe „junge Erwachsene“ richten. Das Profil „Wissen“ ist jugendaffin. Jungen Leuten ist bewusst, dass Bildung, Ausbildung und Wissenserwerb Voraussetzungen für soziale Sicherheit, gesellschaftliche Anerkennung und beruflichen Aufstieg sind.

Der Wissensbegriff ist weit gefächert. Er umfasst Forschungsergebnisse aus den Natur- und Geisteswissenschaften, Bildung und Beruf, Geschichte und Literatur, Gesundheit und Ernährung, Umwelt und Verbraucherschutz, Religion und Web-Wissen. Ein Programmangebot „Wissen“ steht im Einklang mit der von Politik, Wirtschaft, Gewerkschaften und allen kulturellen Institutionen getragenen Überzeugung, dass die Zukunftssicherung unseres Landes davon abhängt, in welchem Maße es gelingt, die Gesellschaft zu einer „Wissensgesellschaft“ zu formen. Ein digitales Wissens-Angebot, bei dem das Internet als Plattform gleichberechtigt neben das lineare Programm tritt, kommt den medialen Nutzungsgewohnheiten des jüngeren Publikums entgegen. Es fördert außerdem die dringend benötigte Akzeptanz digitaler Verbreitungswege für das Radio.

Das neue Programm basiert nicht auf der Parallel-Ausstrahlung von auf anderen Kanälen zeitgleich gesendeten Formaten. DRadio Wissen ist ein innovatives Vollprogramm. Es kann auf eine Fülle von Inhalten aus Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur zurückgreifen. Die beiden Programme zeichnen sich durch einen unvergleichlich hohen Anteil an Eigenproduktionen/ Erstsendungen aus (über 60 Prozent). Wissensangebote unterschiedlicher Genres sind in hohem Maße vorhanden. Viele können unverändert übernommen, andere müssen umformatiert werden. Als Beispiele für Sendungen deren Inhalte für DRadio Wissen aufbereitet werden könnten, dienen etwa: Forschung aktuell, Campus & Karriere, PISAplus und Elektronische Welten.

Der bereits generierte Stoff muss durch einzelne, speziell für DRadio Wissen produzierte Beiträge ergänzt werden. Geeignete Inhalte aus den Programmen der Landesrundfunkanstalten der ARD sind über den vertraglich vereinbarten Programmaustausch (*Kooperationsvereinbarung zwischen ARD und Deutschlandradio vom 6. Dezember 1994 auf der Grundlage von § 5 Deutschlandradio-Staatsvertrag*) verfügbar und werden das Angebot bereichern. Deutschlandradio hat darüber hinaus interessierte Landesrundfunkanstalten eingeladen, innovative Formate zu entwickeln, die sie in den eigenen Programmen ausstrahlen und für das nationale Wissensprogramm bereitstellen können. Diese Sendungen können in DRadio Wissen integriert werden. Das Volumen der durch den Programmaustausch zur Verfügung gestellten Inhalte und die daraus zu gewinnenden Synergien beeinflussen das von Deutschlandradio für DRadio Wissen zu planende Budget.

3. Programmstruktur

Eine besondere Herausforderung ist die Strukturierung des Programms. Es muss ebenso aktuelle Informationen aus allen Wissensbereichen wie vertiefende Berichterstattung anbieten. Es wird aus den von Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur übernommenen, von anderen zugelieferten oder aus neu produzierten Beiträgen in Modulen gebündelt. Dieses Strukturprinzip gilt vornehmlich für die Hauptsendezeiten von 7.00 Uhr bis 20.00 Uhr.

Ein wissensaffines Publikum erwartet eine klare und verlässliche Nachrichtenstruktur mit hoher Frequenz. Deutschlandradio kann sich dabei auf eine von ihm in Auftrag gegebene Nutzerstudie stützen (*Ergebnisse*

einer Elitenbefragung unter Politikern, Journalisten, Wirtschaftsmanagern und Führungskräften aus dem Bereich Kultur in Deutschland. Juni 2008, tns emnid). In dieser repräsentativen Studie setzen achtzig Prozent der Befragten ausführliche Nachrichtensendungen an die erste Stelle des von ihnen erwarteten idealtypischen Inhaltsprofils eines bundesweiten Informations- und Kulturprogramms. So wird DRadio Wissen zwischen 7.00 Uhr und 20.00 Uhr ein durch Nachrichtenblöcke strukturiertes Programm nach der Stundenuhr anbieten. In einem 15- bis 20-minütigen Rhythmus werden aktuelle politische Nachrichten, Wissens- und Kulturnachrichten die Stunde gliedern. Für die Flächen zwischen den Nachrichtenblöcken werden themenbezogene Beitragsmodule erstellt. Thematisch folgt dies den Beschreibungen unter Punkt 2. Bildungspolitische und bildungspraktische Themen zum Primär-, Sekundär- und Tertiär-Bereich werden wegen des hohen Nutzwerts für die Zielgruppe eine herausragende Rolle spielen.

Wissen bedeutet auch, fit zu sein für den Tag. Insoweit wird DRadio Wissen im Rahmen dieser Beitragsmodule auch auf wichtige, politische, wirtschaftliche oder kulturelle Tagesereignisse einstimmen, zentrale Themen und Begriffe der Agenda erläutern und auf geeignete Sendungen von ARD, ZDF, arte und 3sat hinweisen und damit auch zum Programmführer für Wissenssendungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen werden. Für den aktuellen Bereich werden Eigenproduktionen nötig sein. Dabei kann auch die Form des Interviews gewählt werden, zumal dramaturgische Abwechslung innerhalb der Stundenuhr geboten ist. Die inhaltlichen Blöcke werden über den Tag rotieren, um den individuellen Nutzungsgewohnheiten und -möglichkeiten der beruflich gebundenen Hörerschaft entgegenzukommen. Die aktuellen Nachrichtensendungen sowie die Formatierung der Module setzen den Einsatz sachkundigen Personals voraus.

Nach der schon zitierten Studie liegen kulturelle und politische Features (neben Interviews) mit sechzig Prozent an zweiter Stelle des von den Nutzern gewünschten Inhaltsprofils. Die Zeit nach 20 Uhr kann und wird unter Zurückstellung des engen Nachrichtentaktes Raum für Features und Dokumentationen sowie für längere Gesprächsformen bieten. Bis auf ein (eingeschränktes) aktuelles Nachrichtenangebot wird die Nachtstrecke vornehmlich für Wiederholungen genutzt. Die Programmgestaltung des Wochenendes wird durch entsprechende längere Formen dominiert.

Im Bereich von Features und Dokumentationen kann Deutschlandradio auf einen Fundus eigener Beiträge und im Rahmen des Programmaustausches auch auf Sendungen der Landesrundfunkanstalten zurückgreifen. Gerade im Wissensbereich muss eine genaue Prüfung erfolgen, ob die in den Sendungen gemachten Aussagen noch dem aktuellen Kenntnisstand entsprechen. Dies kann die Nutzung dieses Repertoires einschränken und es setzt einen entsprechenden Personalaufwand für Auswahl, Bearbeitung und Kommentierung voraus.

DRadio Wissen bildet das lineare digitale Audio-Programmangebot. DRadio Wissen gelangt ausschließlich auf digitalem Weg zu den Hörerinnen und Hörern. Die Verbreitungswege werden der Satellit, das Kabel, die digitale Terrestrik und der über das Internet verbreitete Livestream sein. Neben der Rotation inhaltlich bestimmter Module lässt sich mit der gezielten und zeitunabhängigen Nutzung des Internets eine Verstärkung der Nachhaltigkeit erreichen. Das Internet soll eindeutig sendungsbezogen auch als Plattform für Interaktion und Partizipation genutzt werden. Dafür sollen neue Formate erprobt werden. So bieten sich Chats mit Redakteuren und Experten aus den verschiedenen Wissensgebieten an. Mit seinem „Blogspiel mit Radioanschluss“ hat Deutschlandradio Kultur bereits wertvolle Erfahrungen mit interaktiven Programmformaten gesammelt.

4. Kooperationen und Crossmedialität

DRadio Wissen arbeitet crossmedial. Die Inhalte des linearen Programms werden als audio, zum Teil verschriftet im Internet angeboten. DRadio Wissen verweist mit Programmtipps, Interviews mit Autoren und Redakteuren von ARD, ZDF, arte und 3sat im Rahmen seiner Themenmodule auf anspruchsvolle Fernsehsendungen. Es erweitert damit sein eigenes inhaltliches Angebot und gibt den Hörern Hinweise auf ergänzende und vertiefende Informationen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen und unterstreicht damit dessen Rolle als Qualitätsproduzent.

Deutschlandradio arbeitet schon heute im Rahmen seines Informations- und Kulturauftrages mit einer Reihe von Stiftungen, Wissenschafts- und Bildungsinstitutionen zusammen, z.B. mit der Bundeszentrale für politische Bildung (Veranstaltungen zum Prager Frühling), mit dem Goethe-Institut, der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften (ZEIT-Forum der Wissenschaft) oder mit dem

Deutschen Museumsbund (Regionalmuseen-Sendereihe über 1½ Jahre). Diese Kooperationen beziehen sich auf einzelne Sendungen, auf Reihen und öffentliche Veranstaltungen. DRadio Wissen wird diese Kooperationen ausbauen und kann unter Nutzung von Veranstaltungen dieser Institutionen neue auf dem Wissensmarkt vorhandene Informationen generieren und für sein Programm nutzen. Das Interesse dieser Institutionen an einer Zusammenarbeit mit dem Nationalen Hörfunk ist erkennbar groß. Bislang konnte nur ein überschaubares Angebot von Kooperationswünschen berücksichtigt werden. Bei DRadio Wissen ergeben sich für beide Seiten und zum Nutzen der Hörerzielgruppen neue erweiterte Möglichkeiten der Zusammenarbeit.

Deutschlandradio arbeitet schon zurzeit intensiv mit Printmedien zusammen. Aufgrund der bisherigen Konzentration der Programme auf Information (Politik, Wirtschaft) und Kultur beschränkte sich die Zusammenarbeit weitgehend auf die Politik-Ressorts und das Feuilleton. Fachkundige Redakteure der Printmedien kommen im Deutschlandfunk und Deutschlandradio Kultur zu Wort. Beiträge aus den Programmen des Nationalen Hörfunks werden in den Printmedien abgedruckt. DRadio Wissen bietet die Möglichkeit, diese Kooperation auf die Ressorts Natur und Technik, Wissenschaft, Wissens-Seiten und auf entsprechende Periodika auszudehnen. Dabei können die bereits jetzt genutzten Kooperationsmodelle auf die Themengebiete von DRadio Wissen übertragen werden.

5. Wettbewerbssituation

DRadio Wissen ist als sinnhafte Ergänzung der medialen Angebots-Palette projektiert. Neben den Periodika bieten eine Reihe von Zeitungen Wissenssupplements oder zumeist wöchentlich erscheinende Wissens-Seiten an. In den meisten Fällen wird Wissen mit Forschung übersetzt. Auch im öffentlich-rechtlichen Rundfunk finden sich Sendungen und Rubriken mit Wissenscharakter. Hingegen existiert ein tägliches umfassendes Wissensangebot weder im Printbereich noch in den elektronischen Medien (Vollprogramm). DRadio Wissen tritt also zu keinem vergleichbaren Angebot in Konkurrenz und ist ein Unikat. Es kann durch Kooperationen dazu beitragen, die Themen der Wissensgesellschaft stärker in der Öffentlichkeit zu verankern und den Bildungsinstitutionen und ihren Nutzern ein kontinuierliches Angebot zur Orientierung und zur Wissenserweiterung zu bieten. Dies ist auch von hohem Nutzwert für Bildungsinstitutionen (Schulen, Volkshochschulen, Universitäten, Weiterbildungseinrichtungen). Deutschlandradio schafft public value und nimmt öffentlich-rechtliche Verantwortung wahr.

6. Finanzierung und Verbreitung

Das neue, digitale Programm soll im Kölner Funkhaus des Nationalen Hörfunks produziert und von dort aus gesendet werden. Die Entscheidung für den Standort Köln wurde deshalb getroffen, weil hier aufgrund der baulichen Gegebenheiten nur geringe Aufwendungen für die Schaffung von Büro- und Studioraum anfallen werden und weil hier die größten Synergiegewinne zu erzielen sind. In Köln sitzt die Zentrale Nachrichtenredaktion von Deutschlandradio. Auch der Web-Auftritt von Deutschlandradio wird in Köln produziert. Deutschlandradio Kultur, das Berliner Programm, wird wichtige Stoffelemente zuliefern.

Als finanzieller Rahmen wird für DRadio Wissen die Summe von rund 6 Mio. € p. a. kalkuliert. Als Starttermin ist der 1. Januar 2010 vorgesehen. Ab diesem Zeitpunkt werden die Kosten in voller Höhe anfallen. Das Programm soll über das bestehende DAB-Netz, über digitales Kabel und digitalen Satellit sowie als Internet-Livestream verbreitet werden.