

Schriftlicher Bericht des Intendanten für den Hörfunkrat am 8. März 2018

Unternehmen Deutschlandradio

Ergebnisse der zweiten Deutschlandradio-Positionierungsstudie

Vor fünf Jahren wurde zum ersten Mal ein Gesamtblick aus Mediensicht auf die Programme von Deutschlandradio geworfen – mit der Frage: Was erwarten die Hörerinnen und Hörer? Was ist ihnen besonders wichtig? Finden sie das in unseren Programmen wieder?

In den vergangenen Jahren hat sich viel getan: von der Positionierung der Programme über die Wortnacht und den Relaunch von (damals) DRadio Wissen bis hin zur Einführung der Wellenstruktur bei (damals) Deutschlandradio Kultur. Es war deswegen an der Zeit, einen erneuten, umfassenden Blick auf die Programme zu werfen.

Die Positionierungsstudie 2017 setzt also auf dem ersten Durchgang 2012 auf; sie ist aber keine schlichte Wiederholung, sondern geht darüber hinaus: Wie vor fünf Jahren wurde etwa gefragt, wie die Programme genutzt werden, welche Assoziationen Hörerinnen und Nutzer mit den Programmen verbinden (den sogenannten "Images") oder auch, welche Eigenschaften ihnen besonders wichtig sind. Darüber hinaus wollten wir dieses Mal aber angesichts der Diskussionen um Filterblasen, fragmentierte Öffentlichkeiten und die Legitimation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks etwas zum gesellschaftlichen Nutzen von Deutschlandradio erfahren, zu der persönlichen Wertschätzung der Hörer und Nutzerinnen, zum gesamtgesellschaftlichen Beitrag, den Deutschlandradio leistet und zur Unverzichtbarkeit unserer Programme.

Wir sind derzeit dabei, die Ergebnisse der Studie und insbesondere die Auswirkungen auf die Programme und die Kommunikation zu prüfen. Wir werden Ihnen dazu ausführlich in der kommenden Sitzung berichten.

Deutschlandradio-Imagespot läuft in der ARD

Der Imagespot der drei Programme von Deutschlandradio, der in den vergangenen Monaten bereits auf verschiedenen Veranstaltungen und Messen eingesetzt wurde, ist seit Januar abends auf den Trailerplätzen im ERSTEN zu sehen sein.

Während der vorherige Imagefilm ("Denken, Fühlen, Wissen") ausschließlich auf Basis von Stock-Material entstand, zeigt der neue Spot authentische Bilder aus den Funkhäusern und rückt so die drei Programme und die Menschen dahinter in den Fokus.

Die Filmaufnahmen für den Spot entstanden größtenteils bereits 2016 und eine Langfassung wurde erstmals auf der IFA 2016 gezeigt. Nach Abschluss der Markenarchitektur wurden nun die Kurz- und Langfassung in das neue Corporate Design überführt.

Deutschlandfunk Nova Kampagne: außen Nova, innen Wissen

Von September bis Ende November 2017 lief die erste Kampagne von Deutschlandfunk Nova – mit gutem Ergebnis. Die Kampagne hatte vorrangig zwei Ziele: Sie sollte zum einen den Hörerinnen und Hörern den neuen Namen näherbringen. Dabei war eine Information besonders wichtig; das Programm heißt jetzt zwar anders, liefert aber noch immer dieselben Inhalte. Zusätzlich sollte eine neue Hörerschaft innerhalb der Zielgruppe akquiriert werden.

Dazu wurden zwölf etablierte DRadio Wissen-Kampagnenslogans wie „EU oder Zaun“, „Tradition oder Tabu“ und „Kippe oder Müsli“ ausgewählt und optisch dem neuen Design von Deutschlandfunk Nova angepasst.

Insgesamt wurden bei der digitalen Ausspielung der Kampagne auf Websites (auch als Mobile-Ads) mehr als vier Millionen Impressions und ca. 27 Tausend Klicks generiert. Auf Facebook und Instagram haben die Ads mehr als zwei Millionen User erreicht.

Infoscreens spielten die Videos in den Städten Hamburg, Hannover, Düsseldorf, Köln, Frankfurt, Stuttgart, München, Dresden, Leipzig und Berlin aus. Edgar Cards und Uni-Plakate wurden ebenfalls in ausgewählten Uni-Städten aufgehängt und ausgelegt.

Bis Ende des Jahres (2017) konnte man zudem halbseitige Printanzeigen von Deutschlandfunk Nova in Zeitschriften wie Neon, Intro, Zeit Campus, Zeit Wissen, Brand eins und Business Punk finden. Zusätzlich liefen Audio-Ads auf Spotify, die mehr als 2 Millionen Impressions generierten, die Spots wurden zu 96 Prozent komplett zu Ende gehört (der Durchschnittswert liegt bei 80 Prozent).

Der neue Volontärsjahrgang 2018/2019

Im Januar haben fünf neue Volontärinnen und Volontäre ihre journalistische Ausbildung beim Deutschlandradio begonnen. Alexander Moritz und Kolja Unger im Berliner Funkhaus, Ramona Westhof, Katharina Peetz und Christoph Schäfer im Kölner Funkhaus.

Rückblick auf die Integrationsvolontariate

Im Rahmen eines trimedialen Integrationsvolontariates absolvierten die Literaturstudentin Hiba Obaid aus Syrien, der Politikstudent und Übersetzer Ahmad Wali Temori aus Afghanistan und der Tonmeister Jamal Ali aus Aserbaidshan Redaktions-Praktika bei Deutschlandfunk Kultur. Das von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) entwickelte und deutschlandweit einzigartige Ausbildungsprogramm soll jungen Journalistinnen und Journalisten mit Fluchterfahrung helfen, auf dem deutschen Arbeitsmarkt Fuß zu fassen. In 18 Monaten durchlaufen die Teilnehmer Stationen bei verschiedenen Medienpartnern.

Während ihrer Zeit bei Deutschlandfunk Kultur haben die drei Volontäre in der Online-Redaktion und den Abteilungen Hintergrund, Aktuelles und Musik hospitiert. Es sei eine spannende und unvergessliche Zeit gewesen, berichten Hiba Obaid, Ahmad Wali Temori und Jamal Ali in einem Abschlussgespräch mit den Redaktionsvertretern. Begeistert erzählen sie von ihren Erfahrungen bspw. bei Wahlumfragen mit dem Kulturtaxi, Nachtschichten in der Nachrichtenredaktion oder der Erstellung eines Videoclips auf Arabisch.

Doch nicht nur die Volontäre haben von ihrem Praktikum bei Deutschlandfunk Kultur profitiert. Auch für die Redaktionen waren die drei ein großer Gewinn. Hiba Obaid, Ahmad Wali Temori und Jamal Ali haben mit ihren Erfahrungen die Diskussionen bereichert und mit ihren Beiträgen überraschende Perspektiven in das Programm eingebracht. Ein besonderes Highlight ist die Sendereihe „WhatsApp aus...“, in der Freunde und Verwandte der Volontäre per Sprachnachricht von ihrem Alltagsleben in Kabul, Baku und Aleppo erzählen. Darunter so berührende Geschichten wie die der ehemaligen Geigenlehrerin von Hiba Obaid, die mitten im zerschossenen Aleppo zur Tango-Tanzstunde geht. Die Beiträge waren vom 8. Januar bis zum 10. Januar jeweils morgens im Studio 9 zu hören.

Herbst-/Winterklausur der Geschäftsleitung

Am 15. Dezember 2017 hat in Berlin die jährliche Herbst-/Winterklausur der Geschäftsleitung stattgefunden.

Die Klausur ist Teil des neuen Klausurformats der Geschäftsleitung. Im Mittelpunkt der Diskussionen standen die Ziele, die Intendant, Direktoren, Justiziar, Hauptabteilungsleiterinnen und -leiter bei der Frühjahrsklausur am 11. Mai 2017 in Köln erarbeitet hatten. Die Ziele aus dem Frühjahr wurden dem neuen Intendanten vorgestellt und es wurde Bilanz gezogen.

Programmdirektion (PD), Verwaltungs- und Betriebsdirektion (VBD) und Intendanz stellten jeweils ihre wichtigsten Vorhaben vor. Die Themen reichten vom Gehalts- und Honorarprojekt über die abgeschlossene Markenarchitektur bis hin zur Konvergenzstrategie und den damit in Verbindung stehenden Projekten.

Unter anderem wurde vereinbart, dass es eine Neuauflage des Studiokonzepts geben soll. Das bestehende Studiokonzept zur Erneuerung der Studioinfrastruktur an beiden Standorten aus dem Jahre 2009 ist weitgehend umgesetzt, der letzte damit in Zusammenhang stehende Bauabschnitt in der H-Etage des Funkhauses Köln hat bereits begonnen.

Eine Arbeitsgruppe, bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern der VBD, der PD und der Intendanz, soll bis Ende 2018 ein neues Studiokonzept 2.0 erarbeiten. Die Programm-direktion wird die Koordination für das Einsetzen der Arbeitsgruppe übernehmen.

Das neue Honorierungssystem COGHOS startete zum Jahresbeginn

Die Zusammenarbeit mit dem ZDF bei der Honorar- und Gehaltsabrechnung ist mit dem Jahreswechsel ausgelaufen. In Zukunft arbeiten Deutschlandradio und der WDR bei der Abrechnung zusammen. Ein gutes Jahr – und damit kürzer als ursprünglich geplant - hatten alle Beteiligten Zeit, den Wechsel umzusetzen. Die Ein- und Umgewöhnung bei der Honorierung von freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist gut angelaufen, derzeit werden noch einige offene Punkte nachgearbeitet. Für „Genehmigerinnen“ und „Genehmiger“ soll es mit dem neuen System merklich einfacher werden, Einsicht in Verträge zu nehmen, Honorare zu genehmigen und Rückgaben abzuwickeln.

Die Europäische Datenschutzgrundverordnung tritt im Mai in Kraft

Am 25. Mai tritt die Europäische Datenschutzgrundverordnung in Kraft und muss ab diesem Datum angewendet werden. Für Deutschlandradio bedeutet dies sorgfältige Vorbereitungen, denn damit sind verstärkte Dokumentations- und Rechenschaftspflichten verbunden. Die Vorgaben sind detailliert und betreffen viele Bereiche, vor allem die interne Datenerfassung, den Onlinebereich, das Redaktionsplanungssystem, Arbeitsverträge, Dienstvereinbarungen. Passagen in Verträgen und Vereinbarungen, die angepasst werden müssen, müssen zunächst identifiziert werden. Das erweiterte Auskunftsrecht bedeutet, dass Personen erfragen können, welche ihrer Daten an welcher Stelle und zu welchem Zweck bei Deutschlandradio gespeichert sind. Eine solche Anfrage muss binnen Monatsfrist beantwortet werden.

Programm

„Corso“ und „Campus“ feiern 20. Geburtstag

Seit zwei Jahrzehnten beobachtet die Sendung Corso die Gegenwartskultur. In 20 Jahren und knapp 6000 Sendungen ist das Popkultur-Magazin gewachsen. In dieser Zeit hat sich Corso natürlich auch verändert, beispielsweise im Sendungstitel: Aus "Kultur nach 3" wurde "Kunst & Pop". Im März 2017 hat sich Corso neu erfunden, die Sendung wurde kompakter, aber auch flexibler. Geblieben ist das Corso-Gespräch, das vertiefte Interview über prominente Themen mit prominenten Köpfen, das zu den Markenzeichen der Sendung zählt. Und online bekommt das Corso-Gespräch noch mehr Raum für vertiefte Gedanken: mit XL-Fassungen der Interviews für die Online- und Podcast-Hörerinnen und Hörer.

Am 2. Januar 1998 ging das Bildungsmagazin "Campus & Karriere" zum ersten Mal auf Sendung. Im Geburtstagsjahr 2018 schaut das Campus-Team zurück auf bildungspolitische Eintagsfliegen und Dauerbrenner. Und es schaut genau hin. Mit frischem Blick: Mindestens einmal im Monat wird Campus & Karriere von einem Gast moderiert, der aus der Bildungs- oder Berufswelt stammt und für ein wichtiges Schlüsselthema steht. In lockerer Reihe übernimmt mal eine Schulleiterin, ein Exzellenzforscher, ein Bildungsökonom oder ein Elternvertreter das Mikrophon. In dieser Reihe "20 Themen - 20 Köpfe" sollen so verschiedene Zugänge und neue Blickwinkel zu wichtigen Kernthemen entstehen.

Preise

Koproduktion von Deutschlandfunk Kultur erhält den Deutschen Hörbuchpreis 2018

Der Berliner Autor und Regisseur **Paul Plamper** erhält für „Dienstbare Geister“, eine Produktion des WDR mit der Ruhrtriennale sowie BR, MDR und **Deutschlandfunk Kultur** 2017 den Preis in der Kategorie „Bestes Hörspiel“.

Getragen von einem „herausragenden, spielfreudigen Ensemble“ mache Plampers Originalhörspiel mit „subtilen Details“, einer „entlarvenden Wortwahl“ und „punktgenauen Dialogen“ die Geschichte und Gegenwart der Migration zwischen Deutschland und Afrika erlebbar, so die Jury.

Das zweiteilige Hörstück erzählt von gegenläufigen Migrationsbewegungen: 1905 verlässt eine mittellose junge Frau Berlin und wandert in die deutsche Kolonie Kamerun aus. Der zweite Teil spielt

2015: Ein junger Mann bricht aus Kamerun nach Deutschland auf und sucht hier sein Glück.

Auszeichnung für Hauptstadtstudio-Team

Die Mitglieder des Deutschlandradio-Hauptstadtstudios sind bei der Wahl der Journalisten des Jahres vom Medium Magazin in der Kategorie "Team" mit dem 3. Platz ausgezeichnet worden.

"Die Teamleistung besteht in der herausragend kontinuierlichen, fundierten und engagierten Berichterstattung, was der Dlf-Stimme aus Berlin gerade im Wahlkampf 2017 bei allen wichtigen Politikentscheidern und Multiplikatoren Gehör verschaffte. Fachlich und menschlich: einfach herausragend", begründet die Jury ihre Entscheidung.

Hintergrund-Autorin mit Journalistenpreis "Faire Milch" ausgezeichnet

Für ihren Beitrag "Agrarmesse Grüne Woche in Berlin - Das Sterben der Höfe geht weiter", der auf dem Sendeplatz „Hintergrund“ im **Deutschlandfunk** gelaufen ist, erhielt **Jantje Hannover** den Journalistenpreis "Faire Milch" vom Bundesverband Deutscher Milchviehhalter in der Kategorie Hörfunk.

Das Stück zeige am Beispiel eines Familienbetriebes in Brandenburg sowie eines von mehreren Gesellschaftern geführten Betriebes in Baden-Württemberg auf, wie sich die durch die Milchpreiskrise verursachten roten Zahlen auf die betrieblichen Entwicklungen auswirken. Auch auf die sehr unterschiedlichen Interessen der Marktakteure wird hingewiesen und dem Hörer deutlich gemacht, wie unmerklich es vonstattengehen kann, dass Bauernland in Investorenhand gelangt, begründete die Jury ihre Entscheidung.

Grammy-Nominierung für Deutschlandfunk Kultur-Koproduktion

Maria Lettberg und das **Rundfunk-Sinfonieorchester Berlin** haben die Klavierkonzerte von Zara Levina eingespielt. Die Aufnahme war für einen Grammy nominiert.

Seit Jahren ist die Musikabteilung von **Deutschlandfunk Kultur** dabei, Vergessenes und Verdrängtes wiederzuentdecken – auch in Zusammenarbeit mit den Klangkörpern der ROC. Für die Abteilung bedeutet die Nominierung daher nicht nur eine große Anerkennung für alle beteiligten Musiker, sondern auch einen Aufmerksamkeitsschub für die Arbeit der russischen Komponistin Zara Levina. Lange waren die Werke der Zeitgenossin von Dmitri Schostakowitsch weitestgehend unbekannt. Als eigensinnige Musikerin mit jüdischem Hintergrund war Levina eine Außenseiterin in der sowjetischen Gesellschaft. Mit der Einspielung der Klavierkonzerte haben Lettberg und das RSB die Musik Zara Levinas zu neuem Leben erweckt.