

## U n t e r r i c h t u n g

durch den Präsidenten des Landtags

**5. Bericht des Südwestrundfunks an die Landtage und Regierungen von Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz gemäß § 42 Absatz 2 des Staatsvertrages über den Südwestrundfunk**

Neun Jahre nach der Fusion...

### Inhaltsverzeichnis

	Seite
<b>1. Vorwort</b> .....	3
<b>2. Landessender Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz</b> .....	4
2.1 SWR1 Baden-Württemberg .....	4
2.2 SWR1 Rheinland-Pfalz .....	5
2.3 SWR4 Baden-Württemberg .....	7
2.4 SWR4 Rheinland-Pfalz .....	8
2.5 SWR Fernsehen BW (Landesprogramm) .....	9
2.6 SWR Fernsehen RP (Landesprogramm) .....	11
<b>3. Hörfunkdirektion</b> .....	12
3.1 SWR1 Der Abend .....	12
3.2 SWR2 – Lust auf Kultur! .....	12
3.3 SWR3 .....	13
3.4 DASDING .....	14
3.5 SWR cont.ra .....	14
3.6 Chefredaktion .....	14
<b>4. Fernsehdirektion</b> .....	16
4.1 SWR-Programmhightlights im Ersten .....	16
4.2 SWR Fernsehen „Unser Drittes“ (Gesamtprogramm) .....	17
<b>5. Online</b> .....	17
5.1 ARD.de – VoD .....	17
5.2 SWR.de .....	18
5.3 Kindernetz.de .....	18
5.4 Wissenschaft im Netz .....	19

---

Dem Präsidenten des Landtags mit Schreiben des Intendanten des Südwestrundfunks, Herrn Peter Boudgoust, vom 1. Oktober 2007 übersandt.  
Der Präsident des Landtags hat den Bericht gemäß § 66 Abs. 1 und 2 GOLT an den Ausschuss für Medien und Multimedia – federführend – und an den Haushalts- und Finanzausschuss überwiesen.

	Seite
<b>6. Projekte des Südwestrundfunks</b> .....	19
6.1 Neubau am Standort Stuttgart .....	19
6.2 Optisches Buchungsarchiv .....	20
6.3 Olympische Winterspiele in Turin 2006 .....	20
6.4 Fußball-Weltmeisterschaft 2006 .....	21
6.5 Fusion zur Deutschen Radio Philharmonie Saarbrücken Kaiserslautern .....	22
6.6 Umstrukturierungen in der Intendanz .....	24
6.7 DVB-T Sachstand der digitalen terrestrischen Verteilung .....	25
<b>7. Journalistische Aushängeschilder</b> .....	25
7.1 ARD-Themenwoche Krebs „Leben – was sonst?“ .....	25
7.2 ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ .....	26
7.3 SWR-Themenwoche „Islam – so nah, so fremd“ .....	28
7.4 „Nicht alle waren Mörder“ .....	29
<b>8. Die wirtschaftliche Lage des Südwestrundfunks in den Jahren 2004 bis 2008</b> .....	29
8.1 Erläuterungen zu den Erträgen/Aufwendungen/Betriebsergebnis .....	29
8.2 Tabellarische Sicht der Haushaltsentwicklung 2004 bis 2008 .....	32
8.3 Finanzplan des Südwestrundfunks 2004 bis 2008 .....	33
<b>9. Personal</b> .....	34
9.1 Die Entwicklung des Stellenplans .....	34
9.2 Entwicklung der Aufwendungen für Arbeitsentgelte 1998 bis 2007 .....	34
9.3 Altersversorgung .....	35
9.4 Tarifverträge und Dienstvereinbarungen .....	35

## 1. Vorwort

Mit dem vorliegenden Bericht gemäß § 42 Absatz 2 des Staatsvertrages über den Südwestrundfunk gibt der Sender einen aktuellen Überblick über seine vielfältigen Herausforderungen, Aufgaben und Projekte. Neun Jahre nach der Fusion nimmt der Südwestrundfunk eine herausragende Position in der südwestdeutschen Medienlandschaft ein. In den Bundesländern Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz ist der Sender das elektronische Informations-Leitmedium. Die bei der Fusion von Süddeutschem Rundfunk und Südwestfunk neu geschaffenen Strukturen haben sich in allen Bereichen und an allen Standorten bewährt. Die Programme in Hörfunk, Fernsehen und online wurden gestärkt, und der Abbau von Doppelstrukturen führte zu enormen und fortwährenden Einsparungen.

### **Programme: Beliebt und erfolgreich – nicht nur im Südwesten**

Der SWR trifft mit seinen Radio- und Fernsehprogrammen sowie den Digital- und Online-Angeboten die Wünsche des Publikums. SWR3 eroberte sich mit 3,42 Millionen Hörern<sup>\*)</sup> täglich den Spitzenplatz als meistgehörtes Radioprogramm in Deutschland zurück. SWR4 Baden-Württemberg ist das meistgehörte Radioprogramm in Baden-Württemberg. Die Produktionen des Kulturprogramms SWR2 werden beständig mit renommierten Preisen ausgezeichnet. In einer Neustrukturierung des Programms wurde besonders die regionale Kulturberichterstattung verstärkt.

Das SWR Fernsehen präsentiert sich seit September 2006 unter diesem neuen Namen und mit einem neuen Design. Es ist gelungen, den Marktanteil auf 6,4 % zu steigern, ein deutlicher Aufwärtstrend seit der Fusion (Marktanteil 1999: 5,7 %). Auch in der ARD ist der SWR ein wichtiger Partner: Für „Das Erste“ Programm produzierte der SWR nicht nur hochangesehene Dokumentarfilme wie z.B. „Mein Vater, der Türke“, sondern auch den viel beachteten und erfolgreichen Spielfilm „Nicht alle waren Mörder“ über die Erinnerungen des Schauspielers Michael Degen an seine Kindheit während der Nazizeit.

Die auf die drei Hauptstandorte verteilte Online-Redaktion bereitet die Inhalte aus Hörfunk und Fernsehen mediengerecht für das Internet auf, angereichert durch eigene, online-spezifische Inhalte. Durch die Einführung eines gemeinsamen Content-Management-Systems für alle Online-Inhalte ist hier der Austausch über alle Standorte und Bereiche problemlos möglich. Als online-federführender Sender erstellte der SWR zudem für den gesamten Senderverbund die „ARD Mediathek“, die Programme aus Hörfunk und Fernsehen auf Abruf über das Internet zur Verfügung stellt.

Das herausragende gesellschaftliche Ereignis der vergangenen zwei Jahre, die Fußball-Weltmeisterschaft 2006, fand in den Programmen des SWR einen vielfältigen Niederschlag – waren doch beide Bundesländer mit Austragungsorten vertreten. Daneben stellten aber auch die Olympischen Winterspiele in Turin, das Mozartjahr 2006 und die vom SWR koordinierte ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ Programmhersteller wie Technik vor besondere Herausforderungen – Herausforderungen, die von den Bereichen Hörfunk, Fernsehen und Online gemeinsam gemeistert wurden. Einen detaillierten Überblick über die Entwicklung der einzelnen Programme geben die jeweiligen Abschnitte dieses Berichts.

### **Unternehmen: Dank Fusion modern, schlank, schlagkräftig**

Ein erfolgreiches Programm braucht eine schlagkräftige Struktur. In einer Zeit der globalen Konkurrenz und der zunehmenden Vernetzung aller Medien müssen die Mitarbeiter auf verlässliche Arbeitsabläufe (Workflows) und Produktionsbedingungen zurückgreifen können. Diese Struktur bereitzustellen, ist umso schwerer, je knapper die zur Verfügung stehenden Mittel ausfallen. Aufgrund der Kürzungen des angemeldeten Bedarfs durch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) und der weiteren Absenkungen der Gebührenerhöhung durch die Länder muss der SWR für die Gebührenperiode bis 2008 unter hohem Zeitdruck ein massives Einsparvolumen von rund 150 Millionen Euro erwirtschaften.

Der SWR hat sich das Ziel gesetzt, die Gebührenperiode mit den von der Politik zugebilligten Mitteln zu bestreiten und dabei eine nachhaltige Beschädigung des Programms zu vermeiden. Diese besondere Herausforderung konnte der Sender bestehen, weil – zum Teil noch fusionsbedingt, zunehmend aber als Teil der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Unternehmens – Strukturen und Organisation in allen Direktionen überprüft und verschiedene Neuorganisationen und Strukturreformen auf den Weg gebracht wurden. Dazu gehört z. B. die Neuordnung der Abteilung Medienforschung/Programmstrategie, die straffere Organisation der Pressearbeit im SWR und die Fusion von Rundfunkorchester Kaiserslautern des SWR und Rundfunksinfonieorchester Saarbrücken des Saarländischen Rundfunks zur Deutschen Radio Philharmonie Saarbrücken Kaiserslautern.

### **Kommende Herausforderungen: Auf Fusion folgt Vernetzung**

Die deutschen Medienunternehmen stehen in den kommenden Jahren vor enormen Veränderungen: 60 % der Deutschen sind inzwischen online und die Volldigitalisierung von Hörfunk und Fernsehen wird für eine mediale Revolution sorgen. Die Konkurrenzsituation in der Medienlandschaft wird sich massiv verschärfen, denn in der digitalen Welt treffen alle Medien auf derselben Plattform aufeinander: Fernsehsender, Radiosender, Zeitungen, Telekommunikations- und Kabelfirmen. Alle drängen in den Online-Markt, alle wollen ein Stück vom Kuchen.

---

\*) Im Sinne einer besseren Lesbarkeit werden Begriffe wie Mitarbeiter, Zuschauer etc. geschlechtsneutral verwendet, wenngleich immer beide Geschlechter gemeint sind.

Das Anliegen des SWR als öffentlich-rechtliches Unternehmen ist ein anderes. Der Sender will sicherstellen, dass seine „Kunden“, die Gebührenzahler, ihre Programme ebenso in einer digitalen Welt empfangen können – unverschlüsselt, ohne dafür extra bezahlen zu müssen, offen für alle. Der SWR will seinem Publikum im digitalen Datenschwung als Lotse zur Seite stehen und es mit den relevanten Informationen versorgen.

Die neue Technologie bietet dem SWR auch die Chance, die jungen Erwachsenen, die mit Internet und Handy aufgewachsen sind, besser zu erreichen. Gerade dafür kommt einer klaren, schlanken Unternehmensstruktur besondere Bedeutung zu. Der Hörer, Zuschauer und Nutzer der Zukunft wird die SWR-Programme auf verschiedenen Ausspielwegen bei gleichbleibender inhaltlicher Qualität empfangen wollen. Die Nachrichten sollen im Autoradio genauso aktuell sein wie über das Handy oder auf dem heimischen PC. Um dies zu gewährleisten, muss die Produktion dieser Inhalte in höchstem Maße effizient und transparent ablaufen.

Die Fusion machte den SWR zu einem schlagkräftigen Medienunternehmen. Jetzt kommt es darauf an, den fusionierten Sender noch besser zu vernetzen. Der SWR ist dabei auf einem guten Weg: Die Nachrichten in Hörfunk und Fernsehen werden sowohl in Baden-Württemberg als auch in Rheinland-Pfalz in digital vernetzten Sendestudios produziert. Auch personell findet ein ständiger Austausch statt: Bei SWR4 Rheinland-Pfalz etwa kommt einer von vier Planungsredakteuren wochenweise aus einem der Studios. Alle Außenstudios sind an das Redaktionssystem angeschlossen und so stets auf dem neuesten Informationsstand. In Echtzeit können die SWR-Journalisten ihre Rechercheergebnisse über die Interne Nachrichtenagentur INA dem gesamten SWR zur Verfügung stellen. Das Ergebnis ist eine Qualitätsmarke SWR, die hochwertige Informationen, Bildung und Unterhaltung in allen Medien gleichermaßen garantiert. Die Herausforderungen durch die Digitalisierung sind groß. Aber nicht zuletzt aufgrund der Fusion zu einem starken Medienanbieter vor fast zehn Jahren ist der SWR hervorragend gerüstet, diese Herausforderungen mit Bravour zu bestehen.

## 2. Landessender Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz

**EINS GEHÖRT GEHÖRT. >>SWR1**

### 2.1 SWR1 Baden-Württemberg

Ein erfolgreiches, modernes Radioprogramm ist heute ohne regionale Nähe nicht mehr denkbar. Diese Erkenntnis der Medienforschung wird durch SWR1 Baden-Württemberg in der strategischen Aufstellung und der täglichen Arbeit in die Tat umgesetzt. Die Fusion von SWF und SDR im Jahr 1998 machte es möglich, ein neues Radioprogramm vom Typus SWR1 zu schaffen und als informationsorientiertes Landesprogramm zu positionieren. Es hat den Anspruch, ein massenattraktives Angebot für die mittleren Jahrgänge zwischen 40 und 60 Jahren herzustellen. Der nach wie vor hohe quantitative Zuspruch der Hörer wird dabei von der positiven Entwicklung der Programmqualität begleitet. Täglich hören 1,17 Millionen Menschen über 14 Jahre SWR1 Baden-Württemberg.

Mit Hilfe der SWR-Studios und Korrespondentenbüros in Baden-Württemberg ist SWR1 bereits seit Jahren konsequent inhaltlich als Landesprogramm aufgestellt. Die Berichterstattung aus allen Regionen des Landes ist gewährleistet und SWR1 ist aus der Presse-landschaft Baden-Württembergs nicht mehr wegzudenken. Den Hörern soll durch verschiedene Maßnahmen die Identifizierung mit dem Programm erleichtert werden. Weil Wetterbericht und Wettermeldungen nach wie vor eine sehr hohe Priorität bei den Hörern haben, wurde die Temperaturenliste auf rund 170 unterschiedliche Städte und Gemeinden ausgeweitet. Im stündlichen Turnus rollieren Werte aus jeweils fünf Regionen des Landes und bieten eine gleichmäßige Abdeckung Baden-Württembergs.

Die aktuelle Berichterstattung ist das journalistische Rückgrat von SWR1 BW. Wichtige Ereignisse gelangen schnell in das Programm und werden bei Bedarf durch ausführliche Berichterstattung vertieft. Das Geschehen in Baden-Württemberg hat dabei für das Landesprogramm SWR1 BW eine hohe Priorität. Dies gilt für Überraschungen wie den Rücktritt von DaimlerChrysler-Chef Jürgen Schrempf genauso wie für planbare Ereignisse wie die vergangenen Landtags- oder Bundestagswahlen.

### 20 Jahre „Leute“

Ein Programmplatz für aktuelle und vertiefende Berichterstattung ist „SWR1 Leute“. Das öffentlich-rechtliche Hochglanzformat feierte am 7. Januar 2005 sein 20-jähriges Bestehen. Ursprünglich einmal bei Südfunk 3 (später SDR3) angesiedelt, hieß es vor 20 Jahren noch „Von 10 bis 12“ und ist in ganz Deutschland wohl eines der wenigen Radioformate, das über eine solch lange Zeit und dazu noch am selben Sendeplatz existiert. Gesprächspartner aus Baden-Württemberg sind ständige Gäste in der Sendung: Politiker aller Parteien, Kulturschaffende, Kirchenvertreter und Wirtschaftsleute genauso wie Menschen mit einer interessanten Lebensgeschichte. „SWR1 Leute“ ist im Zuge der Optimierung des Gesamtprogramms von einem reinen Imagefaktor zu einem Erfolg beim Publikum gekommen. Die Akzeptanz der Sendung ist seither auffällig gestiegen, obwohl oft „schwerer Stoff“ verarbeitet wird. SWR1 BW ist stolz darauf, eine spezifisch öffentlich-rechtliche Antwort auf die zahlreichen Vormittagsshows anderer Radioprogramme zu geben und damit erfolgreich zu sein.

### Wer hilft, gewinnt

Wichtig für SWR1 BW sind Programmaktionen, die zeigen, dass SWR1 Anteil an der Lebenswirklichkeit der Hörer nimmt. „Wer hilft, gewinnt“ ist eine solche Aktion zusammen mit dem Partner Würth zur Stärkung des Gemeinsinns bzw. des bürgerschaftlichen Engagements. Am Jahresanfang werden soziale Projekte gesucht, die ein Bauprojekt im Umfang von ca. 160 Arbeitsstunden beenden wollen. Oft sind schon große Vorarbeiten geleistet und es fehlt nicht mehr viel zur Fertigstellung. In einem zweiten Schritt sucht SWR1 Vereine, die eines der drei ausgewählten Projekte in nachbarschaftlicher Hilfe beenden. Bei erfolgreichem Abschluss der Arbeiten in der vorgegebenen Zeit winkt eine Prämie vom Partner Würth in Höhe von 5 000 Euro, plus 500 Euro für eine Zusatzaufgabe, die sich oft vor Ort erst ergibt. Die eigentliche Bauphase am Wochenende bzw. die Woche davor wird von SWR1 da-

zu genutzt, ausführlich über die Arbeit des sozialen Projekts und über den helfenden Verein zu berichten. Auf der einen Seite werden die Hörer informiert und in ihrer jeweiligen Lebenssituation ernst genommen und begleitet. Auf der anderen Seite erfahren die Vereine und Projekte durch die Berichterstattung Anerkennung für ihr Engagement. Die Erfahrungen, mittlerweile im dritten Jahr, sind ausgezeichnet. Zwischen Projekten und Vereinen bildet sich oft eine Gemeinschaft, die sonst nicht zustande gekommen wäre.

### **Journalistenpreise für SWR1-Produktionen**

SWR1 BW konnte sich im vergangenen Jahr über drei renommierte Journalistenpreise freuen. SWR1-Redakteurin Stefanie Meineke erhielt den Diakonie-Journalistenpreis 2006 für ein „SWR1 Thema heute Baden-Württemberg“-Stück zum Thema „Mit Herz und Handicap – CAP-Märkte in Baden-Württemberg“. Die CAP-Supermärkte sind eine Kette im Land, die Menschen mit Behinderung geeignete Arbeitsplätze als „Lebensmittelpunkt“ verschafft.

Heike Lüttich, Redakteurin im SWR-Studio Heilbronn, bekam vom Deutschen Nationalkomitee für Denkmalschutz den „Deutschen Preis für Denkmalschutz“ 2006 zugesprochen. Der Preis gilt als höchste Auszeichnung herausragender Leistungen zur Bewahrung des baulichen Erbes sowie beispielhafter journalistischer Vermittlung der Anliegen und Ziele von Denkmalschutz und -pflege. Er wurde für eine Sendung „SWR1 Thema heute Baden-Württemberg“ am Sonntag, den 8. Januar 2006 „Kein Zuhause von der Stange – Leben im Denkmal“ verliehen. SWR1-Redakteurin Susanne Henn und SWR1-Redakteur Christof Baumann erhielten von der Deutschen Gesellschaft für Ernährung den Preis in der Kategorie Hörfunk für eine „SWR1 Thema heute Baden-Württemberg“ Sendung „Zwischen Fast-Food, Schokoriegeln und Bio-Obst – Wie ernähren wir unsere Kinder?“ vom 14. August 2005. Dies ist eine Auszeichnung für einen Sendeplatz, der sich ausschließlich mit Einrichtungen und Geschehnissen in Baden-Württemberg beschäftigt. Für SWR1 BW ist dies neben den besonderen Einzelleistungen eine Bestätigung der Strategie, ein ausgewiesenes Landesprogramm für Baden-Württemberg anzubieten.

## **2.2 SWR1 Rheinland-Pfalz**

Das Hauptaugenmerk richtete sich darauf aus, SWR1 RP als prägendes Informationsleitmedium für Rheinland-Pfalz weiter zu profilieren. Dem liegt die Erkenntnis zugrunde, dass unter den drei Säulen von SWR1 RP sowohl das sehr erfolgreiche Musikformat der „größten Hits aller Zeiten“ als auch die solide und glaubwürdige regionale Verankerung in Rheinland-Pfalz ausgesprochen stabil sind. Neben diesen für den Erfolg existenziellen Säulen der Regionalität und der Musikakzeptanz als Haupteinschaltimpuls waren bei der dritten Säule „Information und Aktualität“ Feinjustierungen möglich. Kernaussagen der Programmstrategie sind:

### **Beibehaltung des hohen Niveaus**

Täglich werden in Rheinland-Pfalz 420 000 Hörer erreicht, bundesweit sind es 630 000. Hauptaufgabe ist es, so leicht und freundlich zu bleiben, wie das Programm derzeit klingt und dabei ständig zu überprüfen, wie diese sympathische Leichtigkeit inhaltlich noch stärker aufgeladen werden kann – mit journalistischen Themen, die Orientierung bieten. Die Welle ist – ausgehend von einer vor acht Jahren äußerst schwachen Quote von 3,6 % – derzeit mit einer Quote von 13,0 % (Hörer gestern/MA 2007/I) am umkämpften rheinland-pfälzischen Radiomarkt auf bemerkenswert hohem Niveau stabil platziert. Sie liegt in Musikauswahl und Gesamtstimmung für die nächsten zwei bis drei Jahre richtig.

### **Aktualität**

Für die Berichterstattung von SWR1 RP ist der Aktualitätscharakter des Programms prägend. Dabei folgt die Einschätzung den Kriterien journalistischer „Wichtigkeit“, die es erforderlich machen, auch komplexe Inhalte auf leicht verständliche Art zu vermitteln. Es müssen Tag für Tag zwei Fragen beantwortet werden: Was ist – auch in einem modernen Fließprogramm – der journalistische Kern der redaktionellen Arbeit? Und was ist – neben dem für den Erfolg wichtigen Gesprächswert – der relevante Nachrichtenwert eines Themas, der auf interessante Weise zu vermitteln ist?

### **Stärkere Differenzierung**

Die Aktuell-Sendungen um 12:00 und 17:00 Uhr heben sich in Rheinland-Pfalz mittlerweile noch deutlicher vom Umfeld der mehr unterhaltenden Programmflächen ab, die ihrerseits den Service- und Ratgebercharakter der Welle besonders pflegen. Mit dieser Differenzierung soll die Information in den klassischen Ressorts von Politik und Wirtschaft gestärkt werden. Auch in der morgendlichen Hauptsendezeit wird bei SWR1 Rheinland-Pfalz der behutsame Weg fortgesetzt, neben unterhaltenden Elementen zur Vermittlung einer Morgenstimmung mehr Journalistisches anzubieten. Um den meist politisch orientierten Themenschwerpunkt des so genannten Tagesthemas noch deutlicher zu positionieren, hat dieser Schwerpunkt bei SWR1 RP mittlerweile seinen festen Sendeplatz täglich um 17:40 Uhr. Damit wird sichergestellt, dass – wie bei den Nachrichten – gewisse Informationsschwerpunkte auch in der Fließwelle wiederauffindbar sind.

### **Aktuelles Regionales Kompetenzzentrum**

Je deutlicher wird, dass sich die kommerzielle Radiokonkurrenz aus konzeptionellen und finanziellen Gründen aus der regionalen Berichterstattung zurückzieht und das journalistische Personal weiter ausdünn, umso größer wird die Verantwortung der SWR-Programme für das gesellschaftliche Klima im Land. Der Reduzierung des regionalen Redaktionspersonals, auch beim dpa-Landesdienst, steuerte die zentrale Nachrichtenredaktion von SWR1 RP durch eine autonome, eng mit den Studios vernetzte Recherchestrategie entgegen. Mittlerweile erreicht der Anteil selbstgeschöpfter, agenturunabhängiger Landesnachrichten 80 bis 85 % der gesendeten Meldungen. Die zentrale Nachrichtenredaktion des Hörfunks ist prägender Teil des Aktuellen Regionalen Kompetenzzentrums.

zentrums der Landessenderdirektion, in dem landesbezogene Informationen für Hörfunk, Fernsehen und SWR-Text konsequent vernetzt werden. Die enge Koordination umfasst medienübergreifend den Terminpool, die tagesaktuelle Sendungsplanung und den regelmäßigen Nachrichtenaustausch.

#### **Exklusive Programmschwerpunkte**

An ausgesuchten Tagen werden bei SWR1 RP verstärkt exklusive Programmschwerpunkte gesetzt. So gibt es zusätzlich zu den seit Jahren bekannten Musikschwerpunkten wie einem Albert-Hammond- oder einem Lionel-Richie-Tag Verdichtungen im Bereich der Innen- und Außenpolitik. Damit soll neben der selbstverständlichen Aktualität und der auf hohe Akzeptanz stoßenden Service-dichte auch die Berichterstattung zu komplexeren politischen Themen gestärkt werden (z. B. zur Gesundheitsreform, zur Verstärkung, zur Problematik der Schuldenfalle).

#### **Marketing**

Bei den prägenden Plakatkampagnen wird neben der Musikkompetenz von SWR1 RP die Informationsbewerbung in den Vordergrund gestellt. Neben die Zusage, „die größten Hits aller Zeiten“ anzubieten, tritt der selbstbewusst werbende Claim „Immer fundiert informiert“ – ein Versprechen an die Hörerschaft und zugleich eine Botschaft an die Redaktionen von SWR1 Rheinland-Pfalz.

#### **Programm-Controlling**

Das Programm-Controlling durch die welleninterne Hierarchie wurde weiter intensiviert, um die notwendige externe Beratung zur Qualitätssicherung durch klar formulierte eigene Maßstäbe und eindeutige journalistische Prinzipien zu untermauern.

#### **Einsparungen**

SWR1 RP schulterte bei den Etatabsenkungen zu Beginn der Gebührenperiode 2005 mit 8,7 % seines Haushalts den bei weitem höchsten Anteil der Sparanstrengungen am Standort Mainz, obgleich die Welle personell seit der Fusion außergewöhnlich schlank aufgestellt ist. Oberste Priorität des Sparkurses war: Die Qualität des Programms darf nicht leiden.

Deshalb wurde vor allem bei den Off-Air-Aktivitäten und öffentlichen Veranstaltungen eingespart; sehr wohl im Wissen darum, dass die Teilnahme von SWR1 RP an Konzerten, an Radwandertagen oder am Gutenberg-Marathon für die Sympathiebindung der Rheinland-Pfälzer an das Programm sehr wichtig ist. Mittlerweile ist deutlich geworden, dass der etatbedingte Rückgang des Werbe- und Kampagnendrucks in Rheinland-Pfalz zu einer Stagnation der Akzeptanzgewinne führt. Mit einem neuen, effizienten Marketingkonzept wird dem entgegengesteuert.

#### **On-Air-Aktionen**

Der durch den Spardruck notwendig gewordene Abbau bei Off-Air-Aktivitäten wurde aufzufangen versucht durch On-Air-Aktionen wie das nach wie vor sehr beliebte Wissensspiel „IQ-Express“. Daneben war die so genannte „Ü-40-Jobbörse“ ein Erfolg, in der Unternehmen gesucht wurden, die bevorzugt ältere Menschen einstellen. Derartige Aktionen sind neben Wetter- und aktuellen Verkehrsberichten Teil des hohen Serviceanspruchs von SWR1 RP. Denn wer als fairer und freundlicher Partner im Alltag wahrgenommen wird, dem glauben die Hörer, wenn er über Themen aus Politik, Wirtschaft, Sport und Wissenschaft berichtet.

#### **Zusatzangebote und aktive Hörerbeteiligung**

Für die Hörer von SWR1 RP wird die zeitsouveräne und ortsunabhängige Nutzung der Informationen zunehmend wichtiger. Daher werden Zusatzangebote wie die SWR1-Stau-Hotline entwickelt, die entweder direkt vom Mobiltelefon abrufbar sind oder per Internet vertiefende Informationen bieten. Weil die Online-Redakteure von swr1.de direkt in der Redaktion integriert sind, kann die aktive Hörerbeteiligung über das Internet umgehend in das laufende Radioprogramm weitergereicht werden – ein wertvoller Zugewinn an Kommunikation mit dem Hörer. Durch Priorisierung innerhalb der Hauptabteilung erfolgt die Finanzierung.

#### **Fazit**

SWR1 Rheinland-Pfalz stellt höchste Ansprüche an eine schnelle und umfassende Hintergrundinformation über aktuelle Ereignisse aus Politik und Gesellschaft, aus Bund und Land, Wirtschaft und Wissenschaft, Medizin und Sport. Interessante und relevante Themen werden in Serien, Tagesaktionen und Programmschwerpunkten herausgestellt. Dabei greift SWR1 Rheinland-Pfalz mit seinem Informationsangebot auf das weltweite ARD-Korrespondentennetz, das SWR-Hauptstadtstudio in Berlin, die Regionalstudios und -büros in Rheinland-Pfalz und die Fachredaktionen des SWR zurück. Ständig verfeinert wird überdies das Serviceangebot.

Neben dem behutsamen und sachkundigen Pflegen der Musikkompetenz gibt es zwei Kernaufgaben für die nahe Zukunft: Als klassische Journalisten sollen die Mitarbeiter von SWR1 RP „Navigatoren in der Nachrichtenflut“ und als moderne, auf Akzeptanz angewiesene Radiomacher zugleich „sympathische Begleiter“ durch ein Leben sein, das für viele Menschen immer unüberschaubarer geworden ist.

### 2.3 SWR4 Baden-Württemberg



Neun Jahre nach der Fusion ist SWR4 Baden-Württemberg das meistgehörte Radioprogramm im Land. Rund 1,5 Millionen Hörer pro Tag schalten SWR4 ein und hören das Programm durchschnittlich 216 Minuten pro Tag. Damit erreichte SWR4 zuletzt einen Marktanteil von 21,9 % und ist Marktführer in Baden-Württemberg. Dieser große Erfolg gründet sich auf zwei Säulen – die Musik und die Regionalität, die Mischung aus guter Unterhaltung mit alten und neuen deutschen Schlagern und einer intensiven Berichterstattung aus den Regionen.

#### Optimierung und dezentrale Qualitätssicherung

Zum 1. Januar 2006 wurde das Programmschema von SWR4 optimiert. Alle regionalen Sendungen laufen seitdem parallel und in der Hauptsendezeit wurde die Regionalität noch einmal durch die Verlängerung der regionalen Frühsendungen um eine Stunde (6:00 bis 9:00 Uhr) verstärkt. Am Vormittag wurden die Servicethemen in der landesweiten Sendung „Schlagerkarussell“ deutlich ausgeweitet. Besonders die Themenbereiche Garten, Gesundheit, Ernährung und Bewegung, aber auch rechtliche Fragen werden nun regelmäßig mit Experten aufbereitet, die am Hörertelefon Fragen beantworten. An einer solchen Anrufaktion zum Thema „Steuerrecht für Rentner“ beteiligten sich z. B. 34 000 Hörer.

Im Rahmen der Programmoptimierung wurde ebenfalls die Information am Nachmittag ausgebaut. Die Sendung „Baden-Württemberg aktuell“ (16:00 bis 17:00 Uhr) wurde auf eine Stunde verlängert, anschließend folgt eine weitere Stunde mit regionalen Informationen. Damit wurde die Information in SWR4 Baden-Württemberg deutlich gestärkt, denn nicht nur im Radio, auch im Internet sind die Informationen aus Land und Region sehr gefragt. Die Regionalnachrichten gehören mit rund 700 000 Clicks pro Monat zu den beliebtesten Internetseiten, das „Thema des Tages“ wird seit 2006 im Podcast angeboten und regelmäßig von rund 2 500 Abonnenten pro Monat abgerufen.

Mit der Einrichtung einer dezentralen Qualitätssicherung wurde parallel die Programmqualität verbessert. Dazu gehört ein Moderatoren-Coaching und eine regelmäßige Fortbildung für Redakteure von Regionalnachrichten. In diesen Prozess sind alle Regionalstudios eingebunden und schulen sich zum Teil gegenseitig. So trägt die dezentrale Qualitätssicherung gleichzeitig zur verbesserten Kooperation der Regionalprogramme bei.

Wie erfolgreich SWR4 BW sein kann, wenn alle Regionalprogramme gemeinsam mit den landesweiten Redaktionen agieren, bewies das „SWR4 Fest – Regionen in Bewegung“, das erstmals 2005 stattfand. Im September 2005 und 2006 wurde das SWR4-Fest im Blühenden Barock in Ludwigsburg gefeiert. In beiden Jahren wurden auf der Bühne die Topstars des deutschen Schlagers präsentiert. Alle Regionalprogramme reisten gemeinsam mit ihren Hörern zum Fest und jede Region war im so genannten „Markt der Regionen“ mit besonderen Angeboten vertreten. 2005 stand inhaltlich im Zeichen der Geschichten. 2006 wurden Chöre aus den Regionen eingeladen und lockten über 70 000 Menschen an. 2007 wurde dieses Fest der Regionen im Luisenpark in Mannheim gefeiert und stand dort im Zeichen des Mundarthumors. Auch hier verfolgt SWR4 das Ziel, Regionalität und Unterhaltung zu verbinden.

Die Superwunschmelodie ist bei SWR4 inzwischen als festes Programmhilighlight im Jahresablauf etabliert. Rund 70 000 Hörer nahmen 2006 an dieser Hörerhitparade teil und gaben ihr musikalisches Votum ab. An drei Tagen im April wurden die 500 beliebtesten Titel am Stück gespielt; unter großer Anteilnahme der Hörer, die sich per E-Mail und Fax an der laufenden Sendung beteiligten.

Mit der Aktion „Uns geht’s gut“ stellte SWR4 2006 die Lebensfreude in den Mittelpunkt einer Programmaktion. „Gesunde Ernährung und Bewegung muss Spaß machen“ lautete das Motto, das in acht großen Veranstaltungen im Land umgesetzt wurde. Im Radio gab es dazu 90 Tage lang Vorschläge und Beispiele für mehr Lebensfreude.

Um Schlösser, Klöster und Gärten in Baden-Württemberg ging es bei der Aktion „Schatzinsel“, die SWR4 BW in Kooperation mit der Landeschau und dem Land Baden-Württemberg organisierte. Mit Sonderführungen in historischen Kostümen, Kursen, Expertengesprächen konnten SWR4-Hörer die staatlichen Klöster (2006) und Gärten (2007) erkunden.

Die „Tour de Ländle“, die größte Freizeitradtour Deutschlands, wird in diesem Jahr 20 Jahre alt und zeigt, dass eine renommierte Veranstaltung über den Fusionsprozess hinaus bewahrt und konsequent entwickelt werden kann. Die Tourstrecke führt jedes Jahr ca. 650 km quer durch das Land. 2007 radelten die Teilnehmer von Karlsruhe über Offenburg, Villingen-Schwenningen, Albstadt, Kirchheim, Schwäbisch Gmünd, Öhringen, Heilbronn nach Stuttgart. Sich gesund bewegen, mit anderen gemeinsam etwas erleben und dabei die Schönheiten des Landes entdecken, das waren die Beweggründe der rund 3 000 Menschen, die täglich mitradelten und abends gemeinsam feierten.

Dabei zeigt sich die Attraktivität einer SWR4-Veranstaltung über die Kernzielgruppen hinaus. In SWR4 und im Fernseh-Landesprogramm wurde die Tour täglich mit Reportagen u. a. abgebildet. Der „Fröhliche Feierabend“ und die Sendung „Treffpunkt“ widmeten der Tour de Ländle jeweils eine ganze Sendung.

SWR4 BW wird das Jahr besinnlich mit Weihnachtskonzerten in verschiedenen Kirchen beschließen. Die Konzerte finden, auch hier in Kooperation mit dem Fernsehen, in der Adventszeit statt und werden an den Weihnachtsfeiertagen im Radioprogramm gesendet.

## 2.4 SWR4 Rheinland-Pfalz

Der Staatsvertrag definiert SWR4 Rheinland-Pfalz als Landesprogramm mit tiefgreifender Berichterstattung für alle Landesteile. Als Musikformat wurde für SWR4 bei der Fusion ein dominant deutschsprachiges, melodiöses Schlagerprogramm definiert. Das Hauptaugenmerk der Wellenleitung lag daher im Berichtszeitraum zum einen auf der Steigerung des Anteils der regionalen Berichterstattung im Gesamtprogramm – über die Spiegelung aktueller Ereignisse in den regionalen Sendeflächen hinaus. Zum anderen richtete es sich auf die Entwicklung und Festschreibung eines eindeutigen Musikformats. Ziele waren die noch deutlichere regionale Verortung des Programms vor allem in seinen Service- und Unterhaltungselementen und die Profilierung eines klar erkennbaren Schlagerformats.

SWR4 Rheinland-Pfalz konnte in den vergangenen Jahren am rheinland-pfälzischen Radiomarkt beachtliche Erfolge erringen. Das Programm erreichte in der letzten Media-Analyse (MA 2007/I) 19 % der Hörer gestern. Im Jahr der Fusion lag die Quote bei 12,3 %. Damit verfolgten täglich 610 000 Hörer in Rheinland-Pfalz SWR4, bundesweit waren es 830 000. Um den potenziellen Hörerkreis noch weiter auszuschöpfen, wurden Regional- und Musikprofil gestärkt. Die Programmstrategie umfasst folgende Kernpunkte:

### Musik

Die Musikauswahl wurde im Berichtszeitraum konsequent mit dem Schwesterprogramm in Baden-Württemberg abgestimmt. Dabei wurden die Erkenntnisse der Medienforschung genutzt und die Erfahrungen aus der täglichen Wunschsendung und aus dem jährlich zweitägigen Schlagermarathon in die Musikplanung einbezogen. Besonders wichtig war und ist die genaue Marktbeobachtung, um das Programm für junge Talente zu öffnen. Das so entwickelte Musikformat wird in seiner Substanz für die kommenden Jahre Bestand haben.

### Nutzung der Studios und Büros

Die regionalen Erfassungsräume wurden unter dem Aspekt der Erreichbarkeit neu zugeschnitten und die Regionalbüros den fünf Studios zugeordnet. Regionale Themenangebote der Büros werden somit von den Studios koordiniert und mit der Welle abgestimmt. Das vereinfacht das notwendige Abspracheverfahren.

Die Einrichtung der neu geschaffenen journalistischen Standorte im Land hat sich bewährt. Die aktuelle Berichterstattung von SWR4 RP profitiert inzwischen erkennbar von der Arbeit der 2005 und 2006 neu aufgebauten Büros in Worms, Gerolstein und Trarbach. Berichte aus den entsprechenden Regionen finden sich inzwischen im erwarteten Umfang sowohl in den Studiosendungen als auch im Zentralprogramm. Die in fünffacher Parallelität gesetzten Nachrichtenpakete zur halben Stunde liefern die geforderte Tiefe der aktuellen regionalen Berichterstattung. Dies gilt auch für die in fünffacher Parallelität gesendete aktuelle Mittagsstunde „Heute um Zwölf“, in der täglich vertiefende regionale Berichterstattung gewährleistet ist. Das aktuelle Magazin „Heute um Fünf“ liefert ebenfalls überwiegend Informationen aus den Regionen des Landes.

Neu eingeführt wurde ein Tagesüberblick über die Ereignisse im Land, in dem um 18:30 Uhr die relevanten Ereignisse aus den Regionen zusammengefasst werden. Dieses Produkt entsteht synergetisch aus dem Material, das SWR4 RP täglich für die Informationsswelle cont.ra aufbereitet. Alle in SWR4 RP gesendeten Nachrichten und Berichte, ob aus der Zentrale oder aus den Studios, sind Teil des Aktuellen Regionalen Kompetenzzentrums in der Landessenderdirektion und somit allen Medien und Ausspielwegen zugänglich. Dem arbeitet auch die SWR4-Redaktion Landespolitik auf besondere Weise zu.

### Aktualität

Zu einem Vollprogramm gehören relevante aktuelle Ereignisse aus Deutschland und der Welt. Über die tägliche, notwendige Aktuellberichterstattung hinaus ist es SWR4 RP gelungen, regelmäßig aktuelle und gesprächswertige Schwerpunktreihen horizontal oder vertikal im Programm zu platzieren. Diese behandeln bundesweit relevante und für Rheinland-Pfalz bedeutsame Themen, etwa über die Problematik der Ausländerintegration, die Spuren der Rote-Armee-Fraktion in Rheinland-Pfalz oder die Auswirkungen bzw. den Umgang mit dem Klimawandel im Land. Auch bei diesen Schwerpunktreihen wird der überwiegende Teil der Beiträge konsequent von Studio-Reportern im Land geschöpft.

### Service und Unterhaltung

Regionale Themen über die inzwischen gut abgebildete Aktualität hinaus sollten stärker im Programm platziert werden. Daher wurden Konzepte entwickelt, wie Inhalte, die bisher aus dem ARD-Pool übernommen wurden, durch im Land geschöpfte Themen aus dem Service- und Unterhaltungsbereich ausgetauscht werden können. Um das Programm mit regionalen Themen aus diesem Berichtsfeld anzureichern, wurde die Redaktion umorganisiert, so dass eine Person mit der Betreuung von den zwei- bis dreimal wöchentlichen Service-Schwerpunkten im Vormittagsprogramm betraut wurde. SWR4 RP nutzt dabei Experten aus den SWR-Fachredaktionen, aus dem Land und – über den Einsatz von Reportern in Studios und Büros – Beispiele aus den Regionen.

In On- und Off-Air-Sprechstunden haben Hörer Beteiligungsmöglichkeiten. Regionale Serviceberichterstattung ist inzwischen deutlich erkennbarer Schwerpunkt der Vormittagssendungen. Im Bereich der Unterhaltung wurden regional verortete Rätsel und landeskundliche Beitragsformate entwickelt, die auf die Menschen im Land zugehen. Beispielsweise entstand eine Muskrätselreihe, in der Menschen aus dem Land in ihrer jeweiligen Mundart Teile eines Schlagertextes vorlesen, dessen Sänger erraten werden muss. Das Rätsel erfreut sich großer Beliebtheit. Es transportiert dabei Namen, Orte im Land, regionale Stimmen und hat gleichzeitig einen eindeutigen Bezug zur SWR4-Musik.



## Organisation

Im Zuge der Sparmaßnahmen zu Beginn der Gebührenperiode 2005 wurde es notwendig, die Organisationsstruktur zu verschlanken, um das Programm in Volumen und Qualität nicht zu beschädigen. Dieser Prozess führte dazu, dass es bei SWR4 RP keine Redaktionsteams mehr gibt, sondern das gesamte Tagesprogramm von einem Chef vom Dienst und lediglich vier Planungsredakteuren koordiniert wird, von denen wochenweise einer aus den Studios kommt, um so auch im zentralen Planungsbereich eine Klammer zur Region zu bilden.

Diese Maßnahme machte es möglich, die Off-Air-Aktivitäten und öffentlichen Veranstaltungen nahezu im gewohnten Umfang beizubehalten. SWR4 RP ist mit rund 100 Veranstaltungen pro Jahr im Land präsent und engagiert nach wie vor rund 400 Künstler im Jahr. Besonders erwähnenswert sind die Erfolgsreihen „Wir bei Euch“, die Gemeinninnaktion „Rheinland-Pfalz macht mit“ und die Mundartreihe „Mussik, Sprooch und Wein“, die als Programmelemente Werbekampagnen ersetzen und vor Ort Aufmerksamkeit schaffen.

Die enge Verzahnung der Abteilungen, deren Mitarbeiter in gemeinsamen Planungs- und Projektteams arbeiten, half durch den flexiblen Mitarbeiterinsatz ebenfalls, den Kostendruck aufzufangen. Zusammen mit der Einbeziehung der Studios in die Programmplanung und -realisierung war es möglich, Mittel und Personal für Sonderaktionen verfügbar zu machen. Beispielhaft ist dabei die Berichterstattung zum 60sten Landesgeburtstag. Hier wurde der Anspruch tiefgreifender Regionalität sowohl im aktuellen, als auch im unterhaltenden Bereich umgesetzt. Es entstanden regional ausgerichtete Programmprojekte mit Vorbildcharakter, die sich in modifizierter Form auch künftig im Programm von SWR4 RP finden werden.

## Qualifizierung

Das Programm-Controlling durch die Wellenleitung wurde intensiviert. Auf externe Beratung konnte wegen der intensiven Zusammenarbeit mit der Medienforschung verzichtet werden. Lediglich ein regelmäßiges Moderatoren-Coaching fand und findet in Zusammenarbeit mit der ARD.ZDF medienakademie statt. Seminare zur handwerklichen Fortbildung und maßgeschneiderte Veranstaltungen zur Verbesserung der Kooperation zwischen den Teams und mit den Studios fanden ebenfalls statt. Auch alle Personen in Entscheiderpositionen nahmen an Führungsseminaren teil. Fortbildungsmaßnahmen mit dem Ziel der Mitarbeiterqualifizierung sind Voraussetzung für die Sicherung der Programmqualität.

## Kooperation mit dem Fernsehen

Die bestehende Kooperation mit dem Fernsehen wurde im Berichtszeitraum ausgeweitet. Die Zusammenarbeit reichte von gegenseitigen Verweisen auf Sendungen bis zu gemeinsamen Veranstaltungen wie etwa dem „Wanderspaß“. Da die Zielgruppen ähnlich zusammengesetzt sind, bieten sich für die Zukunft auch unter Kostenaspekten weitere gemeinsam zu realisierende Projekte an.

### 2.5 SWR Fernsehen BW (Landesprogramm)

Das Land und die Regionen als Motor „Unseres Dritten“, qualitative und quantitative Weiterentwicklung auf hohem Niveau mit wachsendem Image – so lässt sich die Situation des Landesprogramms BW beschreiben. Das einzige Programm aus und für ganz Baden-Württemberg ist ein unverzichtbarer Faktor für die meisten Menschen in Baden-Württemberg geworden. Mit einem Marktanteil von 10,8 % im Jahr 2006 konnte sich der Vorabend zwischen 18:00 und 20:00 Uhr gegenüber 2005 um 0,2 Prozentpunkte steigern. Dieses geschah trotz einer immer größeren Konkurrenz in der Fernsehlandschaft am Vorabend, wobei das SWR Fernsehen Baden-Württemberg verstärkt auf Information und anspruchsvollen Service setzt.

Besonders erfreulich verlief im baden-württembergischen Vorabend der „grüne“ Dienstags-Platz von 18:15 bis 18:45 Uhr. Seit 2005 wird dieser „sortenrein“ bespielt, mit „Grünzeug“, „Grünzeug im Winter“ und als besondere Naturreihe „Im Grünen“. Die Zuschauer danken diese klare und verlässliche Ausrichtung mit wachsender Akzeptanz. So gehört „Grünzeug“ mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 8,7 % im Jahr 2006 zu den bundesweit erfolgreichsten grünen Formaten. Im Jahr 2006 erfuhr das Format mit den Moderatoren Andrea Müller und Annette Krause sowie dem Gartenexperten Volker Kugel eine besondere Ehre: Die Sendung wurde vom Fachverlag für Gartenpublikationen, der haymarket Media GmbH, mit dem „Garten-Oscar“ als beste Gartensendung des Jahres 2006 ausgezeichnet, dem Taspo Award 2006, der angesehenste Preis auf diesem Gebiet in Deutschland. Gleichzeitig stellt „Grünzeug“ ein hervorragendes Beispiel für bimediale Aktivität der Landessenderdirektion BW dar, denn es wird zeitversetzt auch in SWR4 BW komplett gesendet.

Nach der zeitgemäßen Umgestaltung des „Landesschau“-Studios 2004 präsentiert sich das einstündige Regionalmagazin nun in den neuen Farben von „Unserem Dritten“. Mit dem Untertitel „Daheim in Baden-Württemberg“ verbinden die Macher der „Landesschau“ ein Versprechen an das Publikum: Die Menschen sollen sich im SWR Fernsehen wohlfühlen. Alle Regionen, alle 1 111 Gemeinden des Landes sollen sich in dem Baden-Württemberg-Magazin wiederfinden. Die Regionen um die Studios Mannheim, Karlsruhe, Freiburg, Tübingen mit Friedrichshafen, Ulm und Heilbronn spielen eine immer größere Rolle, denn kamen vor der Fusion nur 30 % aller Beiträge aus den Regionen, sind die Reporter aus den Studios mittlerweile mit über 70 % an den Beiträgen und der Sendung beteiligt. In der „Landesschau“ wurden die bimedialen Möglichkeiten konsequent ausgebaut.

Während SWR4 die „Tour de Ländle“ organisierte, begleitete die „Landesschau“ das Sommerereignis des Landes mit einem täglichen Beitrag. Zum Auftakt sendete regelmäßig der „Fröhliche Feierabend“ am Freitag um 20:15 Uhr. Die Sondersendung am Montag um 18:15 Uhr mit einer Spitzenquote von fast 17 % rundete die Berichterstattung ab. Die regionale Ernährungsaktion „Pfännle“ von SWR1 wurde vor Ort gemeinsam moderiert von Petra Klein und Landesschau-Kollege Thomas Miltner. Die SWR1-Wetter-

tour wird von der „Landesschau“ begleitet und in „SWR1 Guten Abend Baden-Württemberg“ läuft täglich vor 18:45 Uhr ein Hinweis auf die „Landesschau“ in „Unserem Dritten“.

Viele Programmaktionen, in denen die Zuschauer eingebunden sind, prägen mittlerweile die Landesschau: „Gartenzauber“, die Aktion um den schönsten Garten, Serien über erfolgreiche Unternehmer aus Baden-Württemberg bis hin zur Serie „Menschen im Abseits“. Hierfür erhielten die Reporter Thomas Hoeth, Martin Klein und Stefan Maier den Fernsehpreis der Diakonie Baden und Württemberg 2006. Zur Stärkung der Kulturberichterstattung aus Baden-Württemberg wird seit November 2006 jeden zweiten Samstag von 18:15 bis 18:45 Uhr die „Landesschau Kultur“ ausgestrahlt. Für die Zuschauer ergibt sich eine deutlichere Verankerung im Land; eine Stärkung des Landesprofils schon aus der Tatsache, dass ein Regelmoderator der „Landesschau“ im Landesschau-Studio durch die Sendung führt und somit die Verbindung zum Land und den Regionen auch in der Kultur herstellt.

Im Bereich des Landesfeatures konnte der Landessender Baden-Württemberg insgesamt 20 Produktionen in einem geregelten Vergabeverfahren an Filmfirmen des Landes zur Stärkung des Medienstandorts fremd vergeben. Die 30-minütigen Formate „Landesschau unterwegs“, „Fahr mal hin“ und „Schätze des Landes“ sind Hochglanzprodukte mit hervorragender journalistischer Rechercheleistung. So widmete sich „Landesschau unterwegs“ zum Beispiel in mehreren Sendungen dem Schicksal der Heimatvertriebenen, die Baden-Württemberg mit aufbauten und prägten. In bewegenden Schicksalen anlässlich „60 Jahre Vertreibung“ wurden Schlesier, Sudeten- und Ungarndeutsche porträtiert. Zeitgleich mit der ARD-Sportschau erreichte „Landesschau unterwegs“ mit sehr anspruchsvollen Themen aus dem Land eine Durchschnittsakzeptanz von knapp 10 %.

In der multimedialen Datenbank „folklore europaea“ stehen Feste, Bräuche und Traditionen aus Baden-Württemberg mit ihren Verbindungen zu Europa zur Verfügung. SWR-Co-Moderator Professor Dr. Werner Mezger entwickelte und stellte diese für wissenschaftliche Zwecke zur Verfügung. „Unser Drittes“ trägt zu dem Projekt der Albert-Ludwig-Universität Freiburg mit zahlreichen Filmen zu Festen und Bräuchen bei. Universität und SWR besiegelten das Projekt im Januar 2007 mit einer feierlichen Vertragsunterzeichnung.

Der Unterhaltungsplatz am Sonntag um 20:15 Uhr mit der „Sonntagstour“ entwickelte sich seit 2004 hervorragend. Mit Hansy Vogt baute das SWR Fernsehen einen sehr beliebten Moderator auf, der mit seinem Auftreten und seiner Herkunft für Baden-Württemberg und die Liebe zur Region steht. Die einstündige musikalische Reise durch die schönsten Gegenden und Städte des Landes verbindet Laienmusik, Bräuche und Landschaften auf einmalige Weise.

Lagen die Spitzenwerte 2004 noch bei 500 000 Zuschauern in Baden-Württemberg und 850 000 bundesweit, so sahen im Jahr 2006 bis zu 600 000 Zuschauer im Land und 1,3 Millionen bundesweit das Regionen-Porträt. Damit erreichte die „Sonntagstour“ über die Schwäbische Alb in Baden-Württemberg zur heftig umkämpften Primetime am Sonntagabend 15,1 % und gehörte zu den erfolgreichsten Formaten auf diesem Sendeplatz.

Nach 2004 übertrug das SWR Fernsehen in Baden-Württemberg auch in den Jahren 2005 und 2006 die Gala „Echt gut!“, bei der Ehrenamtliche im Mittelpunkt standen. Im Vorfeld wurden viele ehrenamtliche Gruppen mit ihren Leistungen in der „Landesschau“ oder im Hörfunk SWR1 BW vorgestellt. Über das Internet konnten die Zuschauer ihre Stimme abgeben.

Überhaupt stärkte die regionale Unterhaltung maßgeblich das Hauptabendprogramm von „Unserem Dritten“ vor allem am Freitag, dem in der Akzeptanz stärksten Tag. Mit dem „Fröhlichen Alltag“ und dem „Fröhlichen Feierabend“ wurden Spitzenwerte von weit über 15 % im Land erreicht. In der Wortunterhaltung konnte das vom Landessender Baden-Württemberg betreute Erfolgsduo Albin Braig und Karlheinz Hartmann („Hannes und der Bürgermeister“) für ein zweites Format namens „Freunde in der Mäulesmühle“ als Zugpferd für die Kleinkunstszene des Landes gewonnen werden. Am Sonntag zwischen 21:15 und 21:45 Uhr fand die Sendung oft eine Akzeptanz im zweistelligen Quotenbereich.

An Feiertagen präsentierte der Landessender Baden-Württemberg zunehmend innovative Programmprojekte, zum Beispiel Neuzusammenstellungen von Sendungen, die im Regelprogramm als Serien liefen. So entstanden aus den Landesschau-Reihen „Tatjanas Tiergeschichten“ mehrere Feiertagsfeatures mit einer Spitzenakzeptanz von fast 14 % im Gesamtprogramm samt zugehörigem Buch. Die Sommerserie von Dagmar Seitzer, in der Politiker für einen Tag einen anderen Job einnehmen, wurde zu einer Feiertagssendung neu zusammengestellt, die mit knapp 9 % ausgesprochen erfolgreich war.

### **Chefredaktion FS Baden-Württemberg**

„Baden-Württemberg aktuell“, das Flaggschiff und wichtiger Orientierungspfeiler des Programmgerüsts des SWR Fernsehens, entwickelte sich 2005 auf hohem Niveau weiter. Verschiedene Optimierungsmaßnahmen zeigten Wirkung: in der Zuschauergunst stieg die Hauptausgabe um 19:45 Uhr als quotenstärkste Informationssendung erneut an. Einen deutlichen Zuwachs von 0,8 Prozentpunkten verzeichnete auch die Spätausgabe. „BW aktuell“ sendete 2005 täglich fünf Ausgaben mit insgesamt 54 Minuten Programm und am Wochenende je drei Ausgaben mit insgesamt 34 Minuten. Dazu zählen auch die Wirtschaftsinformationen von der Stuttgarter Börse. Die täglichen Live-Schalten von der Börse entwickelten sich gut, sind verbraucherorientiert und spiegeln den starken Wirtschaftsstandort im Südwesten. Weitere feste Bestandteile sind die Wetterberichte sowie (sonntags) „Dreiland aktuell“ bzw. „Bodensee aktuell“. Im Jahr 2006 produzierte „Baden-Württemberg aktuell“ insgesamt 1 577 Nachrichtensendungen. Im September 2006, zeitgleich mit dem Start des neuen SWR Fernsehendesigns und der Umstellung auf das neue Bildformat 16:9, präsentierte sich „BW aktuell“ mit neuer Studiodekoration und überarbeitetem Design.

Die „Ländersache“ konnte auch 2005 mit Spitzenwerten bis zu 12,3 % Marktanteil punkten. Die Berichterstattung zur vorgezogenen Bundestagswahl – live aus der Landesvertretung Baden-Württemberg – war ein herausragendes Programmhilighit 2005.

Die zahlreichen Sendungen im Vorfeld waren ebenfalls äußerst gelungene Programmanstrengungen. Besonders hervorzuheben sind die beiden „Wahlreisen“; eine Innovation, die in Folge als Modell für die Berichterstattung zur Landtagswahl 2006 diente. Die „Ländersache“ ging vor Ort und diskutierte mit baden-württembergischen Spitzenpolitikern über die bestimmenden Themen der Bundestagswahl; dazu gab es On-Reportagen.

Im Jahr 2006 konnte die Ländersache BW ihr hochgestecktes Quotenziel deutlich übertreffen. Durchschnittlich 6,9 % Marktanteil erzielte das landespolitische Magazin im vergangenen Jahr, das waren rund 240 000 Zuschauer pro Sendung. Die vier „Sommerreisen“ punkteten mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 8,8 %. Im Frühjahr 2006 prägte insbesondere die Berichterstattung um die Landtagswahl Baden-Württemberg das Programm. Vom „Duell“ (Vogt/Oettinger) über „Fragen an ...“, „Wahlreisen“ bis hin zu „Spitzenkandidaten im Endspurt“ wurden die Sendungen vom Publikum positiv angenommen. Der Wahlabend bot sechs Stunden Live-Berichterstattung mit hochaktuellen Ergebnissen aus den Wahlkreisen von Infratest dimap.

## 2.6 SWR Fernsehen RP (Landesprogramm)

### Hauptabteilung Land und Leute

**Regionalität** – Die Hauptabteilung Land und Leute bietet dem rheinland-pfälzischen Zuschauer ein qualitatives Landesprogramm mit breitem Themenspektrum von regionaler Information und Unterhaltung. Regionale Inhalte finden sich vor allem in der Kernzeit am Vorabend sowie auf überregionalen Sendeflächen im Gesamtprogramm. Die Redaktionen füllen das Konzept mit ihrer fundierten Kenntnis über Land und Leute. Sie sind geografisch und emotional nah bei den Menschen. Ein Programm aus dem Land wird zu einem Programm für das Land, wenn die Redakteure die Blickwinkel der Menschen einnehmen, für sie nachfragen, aufklären, informieren, unterhalten, Inhalte sorgfältig und verständlich aufbereiten.

**Der Vorabend** – Der Nutzwert des Landesprogramms konnte mit der seit Januar 2006 neu konzipierten einstündigen Landesschau Rheinland-Pfalz gesteigert werden, da synergetisch aus einer Hand im regionalen Vorabend relevanten Themen ausreichend Raum geboten wurde. Das tägliche Live-Magazin berichtet, unterhält und informiert über Land und Menschen, die hier zu Hause sind. Neben aktuellen Inhalten gibt es als feste Rubriken das Wochenthema, die tägliche Wetterreportage „Unser Wetter“ aus allen Winkeln des Landes und das tägliche Ortsporträt „Hierzuland“. Mit den Ratgeberanteilen und den Experten im Studio, die live Zuschauerfragen beantworten, wird praktische Lebenshilfe geleistet. Vor dieser Landesstunde sendet „Unser Drittes“ in Rheinland-Pfalz unterschiedliche Formate mit verschiedenen monothematischen Ausrichtungen: aktuelles regionales Sportgeschehen in „Sport am Montag“, Natur und Umwelt in Rheinland-Pfalz in der Sendereihe „Im Grünen“, Live-Diskussionen in „Reiss & Leute“, Kochen mit Sternekoch Johann Lafer sowie rheinland-pfälzische Kultur in „Landesart“. Mit dem filmischen Format „Mensch Leute“ haben Features und Reportagen über beeindruckende Menschen mit außergewöhnlichen Lebenswegen ihren festen Platz im Vorabend.

**Überregionale Sendepunkte** – Das Programm der Nähe setzt die Hauptabteilung auch auf überregionalen Sendepunkten fort. Die Filme für „Fahr mal hin“ und „Schätze des Landes“ spiegeln landesspezifische Besonderheiten wider und setzen rheinland-pfälzische Meilensteine im Gesamtprogramm des SWR. Brauchtum, Feste und Umzüge in „Feste feiern“, musikalische Entdeckungsreisen durch das Land mit der „Sonntagstour“ oder landestypische Mundart und Kabarett mit „Spaß aus Mainz“ sind Bestandteile der regionalen Unterhaltung. Mit einer lebendigen Mischung aus anspruchsvoller Unterhaltung, Information und Musik erfüllt der „Fröhliche Weinberg“ in besonderem Maße den Programmauftrag im Gesamtprogramm.

Die Schlagzahl der Studiosendung wurde 2007 um sechs Außenproduktionen erhöht, um zu den Menschen vor Ort ins Sendegericht zu gehen und ein landeskulturelles Ereignis schaffen zu können. Daneben gab es zahlreiche Sonderprogramme wie die Übertragungen vom „Rheinland-Pfalz-Tag“, die „Wahl der Deutschen Weinkönigin“ oder die „Ehrensache“, die seit einigen Jahren das Themengebiet des ehrenamtlichen Bürgerengagements in Rheinland-Pfalz erschließt.

**Optimierung** – Gemeinsam mit der Medienforschung prüfen die Redaktionen ständig die Programmakzeptanz, um Anstöße für Optimierungen, Konzeptveränderungen oder Formatneuentwicklungen zu bekommen. Mit der Fusion weiteten sich die Programmanstrengungen des Landesprogramms erheblich aus. Die Hauptabteilung investierte in Modernisierungen und Innovationen. Die „Landesschau Rheinland-Pfalz“ bekam einen modernen, frischen Auftritt und die Kultursendung „Landesart“ probierte neue Umsetzungsformen aus. Durch Kooperationen mit anderen Sendepunkten und Abteilungen werden Piloten für neue Programmideen auf einem Sendepunkt am Samstag entwickelt oder für andere Sendepunkte, wie beispielsweise im Sommerprogramm, eingesetzt. Programm der Nähe macht nicht an den Grenzen zu Rheinland-Pfalz halt. So entstand mit einer kulinarischen Reise entlang des Rheins – durch Kooperationen mit anderen europäischen Dritten – das mehrjährige Projekt „Flüsse der Genüsse“. Durch interne Kooperationen können Sendehalte realisiert werden, die eine Abteilung alleine nicht tragen könnte.

### Chefredaktion FS Rheinland-Pfalz

**Abteilung RP aktuell** – Die vergangenen Jahre standen für die Regionalnachrichten im Zeichen der formalen und technischen Optimierung von „Rheinland-Pfalz aktuell“. Die Ausweitung der Sendezeit der 18:00-Uhr-Ausgabe und die Verschiebung der späten Sendung auf 21:45 Uhr in die direkte Konkurrenz zum „heute journal“ machten eine Neuausrichtung notwendig. Diese wurde in einem Prozess zwischen Redaktion, Medienforschung und der Abteilung Aus- und Fortbildung konzipiert und ohne personelle Verstärkung auf Sendung gebracht. Die deutliche Stärkung der regionalen Berichterstattung mit stärkerer Präsenz im Land wird von den Zuschauern honoriert. Technisch entwickelte die „Abteilung RP aktuell“ die Nachrichten im digitalen Zeitalter beharrlich weiter. Durch die Anbindung der Redaktion „ARD aktuell“ an den Videosever und das Schnittsystem des Newsrooms und somit an die digitale Welt wurde die Zusammenarbeit zwischen Regionalnachrichten und „ARD aktuell“ weiter intensiviert. Bildmaterial kann

ausgetauscht und zeitgleich für beide Formate gesichtet und geschnitten werden. Dies spart Zeit, Geld, Personal und garantiert eine hochaktuelle Berichterstattung in den Nachrichten des Ersten und Dritten Fernsehprogramms.

Das gilt ebenfalls für die Anbindung der Außenstudios und Büros an das Planungssystem der Landesnachrichten. Bisher einmalig im SWR ist die technische Vernetzung von Hörfunk- und Fernsehnachrichten. Beide Medien haben Zugriff auf die Planung, die Beiträge und die Sendungsabläufe des jeweils anderen und sind damit erstmals in der Lage, zeitgleich und lückenlos über die News im Lande informiert zu sein und berichten zu können.

**Ländersache** – Der Abteilung Inland ist es trotz eines engen Personalkorsetts durch intelligente Planung und Verzahnung im vergangenen Jahr erneut gelungen, neben den Regelsendungen eine Reihe von zusätzlichen Sendungen zu produzieren. Dazu gehörten Wahlsondersendungen oder Sendungen zum Landesjubiläum sowie „Rheinland-Pfalz-Extras“ und „Südwest-Extras“.

Hinzu kamen Produktionen wie z. B. für Samstagabende oder den Jahresüberblick. Besondere Anstrengungen wurden darauf verwandt, Synergie-Effekte innerhalb der Fernsehredaktion und im Hinblick auf die Hörfunkwellen am Standort zu erweitern, beispielsweise bei PoliTrend. Institutionalisiert ist die Zusammenarbeit zwischen der „Ländersache“ und „RP aktuell“, wodurch das Know-how der landespolitischen Redaktion auch für die andere Redaktion nutzbar wird.

**Sport** – Ab der Spielzeit 2006/2007 konnte das Magazin „Flutlicht“ aus Gründen der Sportrechtevergabe erst ab 23:00 Uhr Fußball zeigen. Mit dem Abstieg von Mainz 05 und dem Verbleib des 1. FC Köln und der Koblenzer in der 2. Bundesliga geht „Flutlicht“ ab August 2007 um 21:48 Uhr auf Sendung. Daneben produzierte die Redaktion weiter die wöchentliche Ausgabe „Sport am Montag“, lieferte der Sendung „Sport am Samstag“, der „Landesschau“ und den Nachrichten im Ersten und Dritten Programm zu. Dies ermöglicht eine kostengünstige und stringente Verwaltung von Personal und Geld. Die Sport-Features für das SWR Fernsehen und die ARD konnten ausgebaut werden. Randsportarten wie Trampolin-Turnen, Basketball oder Behindertensport finden weiter breiten Raum in „Flutlicht“.

### 3. Hörfunkdirektion



#### 3.1 SWR1 Der Abend

Das SWR1-Abendprogramm baute sein auf Hintergrund ausgerichtetes Informationsprofil in den letzten zwei Jahren kontinuierlich aus und justierte es. Dadurch bekommen die SWR1-Hörer in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz in den Abendstunden ein breites Spektrum an qualitätsreicher und gleichzeitig hörernaher Hintergrundberichterstattung geboten. Zusätzlich können sie interaktiv per Telefon oder E-Mail an der Sendung mitwirken. Den Veränderungen in der Mediennutzung passte sich der SWR1-Abend durch einen aktualisierten Internetauftritt sowie durch die Einrichtung eines Podcast-Angebots an, von dem nach den Erhebungen der SWR-Medienforschung erfreulich stark Gebrauch gemacht wird.

Die interne Kooperation mit dem Fernsehen etablierte und entwickelte sich positiv. So wurde zum Beispiel die SWR-Fernsehserie „Steinzeit – Das Experiment“ radiogerecht mit der Fragestellung umgesetzt: „Wie viel wissenschaftlichen Wert hat ‚living science‘?“. Das Format wurde damit zu einem Beispiel für die erfolgreiche Crosspromotion im SWR über Mediengrenzen hinweg.



#### 3.2 SWR2 – Lust auf Kultur!

Die Programmoptimierung von SWR2, begonnen im Herbst 2005, wurde im vergangenen Jahr auf der Grundlage eines neu formulierten, weiter gefassten Kulturbegriffs fortgesetzt. Ziel dieser zweiten Optimierungsphase war, das Programmangebot übersichtlicher und damit leichter auffindbar zu strukturieren. Die bisher kleinteiligere Struktur des Programms mit seinem relativ häufigen Wechsel zwischen Wort und Musik wurde zugunsten größerer Flächen für Wort bzw. Musik weiterentwickelt. Die Stärken des Programms werden dadurch betont. SWR2 als ausdrückliches Einschaltradio soll so noch attraktiver und ansprechender werden, ohne dass Kompromisse bei der Qualität eingegangen werden.

Die Planung der Umstrukturierung wurde im Laufe des Jahres 2006 begonnen und zum 1. Januar 2007 umgesetzt. Musik- und Wortsendungen wurden zu jeweils größeren Blöcken zusammengefasst, das Mittagskonzert wurde um eine Stunde verlängert, Dienstag- und Donnerstagabende sind jetzt grundsätzlich den langen Wortsendungen Essay, Feature und Hörspiel vorbehalten, Konzertübertragungen und lange Musiksendungen finden sich an den übrigen Abenden (Montag, Mittwoch, Freitag).

Der Nachmittag wurde mit der neu entwickelten Magazinsendung „SWR2 Impuls“ stärker den Lebensgewohnheiten angepasst wie z. B. zwischen 16:00 und 17:00 Uhr mit zum Teil serviceorientierten Inhalten wie Buch- oder Kulturtipps und einem Schwerpunkt auf wissenschaftlichen Themen. Seit Juli 2007 ist die Redaktion dem Bereich SWR2 Wissen angeschlossen.

SWR2 Musik dokumentiert durch die Sendung von Mitschnitten eigener und fremder Veranstaltungen weiterhin beständig, dass SWR2 der größte Kultur- und Konzertveranstalter sowie Koproduktionspartner in den beiden Bundesländern ist. Darüber hinaus bemühte sich die Musikabteilung in den vergangenen Jahren verstärkt um Kooperationen, die auch jüngere Hörer und deren spezielle Vorstellungen eines Kulturprogramms in die Gestaltung einbeziehen.

Im Mozartjahr brachte SWR2 Musik täglich den „Mozartbrief“, gelesen von Klaus Maria Brandauer (eine Koproduktion der ARD) und setzte sich das Ziel, alle Werke des Köchelverzeichnis zu senden. Das Projekt wurde von einer kommentierten und nach wie vor abrufbaren Internetdokumentation Heidelberger Studenten der Musikwissenschaft begleitet. Auch hier zeigt sich die Absicht von SWR2, bei Großprojekten verstärkt mit jungen Radiomachern zusammenzuarbeiten.

Nachdem sich SWR2 zunehmend der Aktualität und dem Live-Ereignis verschrieben hat, wurden im Jahr 2006 erstmals die gesamten Donaueschinger Musiktage live übertragen – eine große fachliche und technische Herausforderung. Die Resonanz auf die Übertragung dieses Großereignisses der neuen Musik, ein Markenzeichen des SWR, war bei den Radiohörern sehr positiv und weitere Live-Übertragungen werden deshalb folgen.

Der Bereich SWR2 Bildung und Wissenschaft baute die Podcast-Angebote des Programms kontinuierlich aus. Allein die Podcast-Angebote von SWR2 Wissen werden im Schnitt 400 000 mal pro Monat abgerufen. 2006 wurde mit der Planung eines Wissens-Streams und eines Angebots unter dem Titel „Archivradio.de“ begonnen. Das Archivradio ist seit Juli 2007 verfügbar und liefert als Begleitung des Programmschwerpunkts rund um die Uhr dokumentarisches Material zum Thema „30 Jahre deutscher Herbst“.

Die hohe journalistische Qualität der SWR2-Sendungen belegen viele Auszeichnungen. So wurde u. a. das SWR-Hörspiel „Enigma Emmy Göring“ von Werner Fritsch von der Deutschen Akademie der Darstellenden Künste zum Hörspiel des Monats September 2006 und später zum Hörspiel des Jahres gewählt.

Das Feature aus der Reihe SWR2 Eckpunkt „Pension Büchler – Deutsche Arbeitslose und polnische Wanderarbeiter Tür an Tür“ von Philip Banse bekam den deutsch-polnischen Journalistenpreis 2006. Jochen Hubmacher wurde für seine SWR2 ShortMusic-Story „Die Schicksalsinfonie – Entscheidung unter Flutlicht“ mit dem Medienpreis 2006 der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg in der Kategorie „Hochschulen und Ausbildungseinrichtungen“ ausgezeichnet.

In der Aktuellen Kultur wurde die Zusammenarbeit zwischen den Landeskulturredaktionen und der Redaktion „Aktuelle Kultur“ in Baden-Baden erfolgreich intensiviert. Regionale Kulturberichte in den überregionalen Journalen nahmen im vergangenen Jahr deutlich zu. Das Bewusstsein, dass die Anbindung an die Regionalität ein herausragendes Alleinstellungsmerkmal von SWR2 ist, wird immer klarer erkennbar.

Der SWR2 RadioClub umfasste im laufenden Jahr rund 5 000 Mitglieder und konnte im Nettobudget einen ausgeglichenen Haushalt vorlegen. Mittlerweile zählen mehr als 60 Kultureinrichtungen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz zu den Partnern des SWR2 RadioClubs.



### 3.3 SWR3

Mit täglich 3,42 Millionen Hörern eroberte SWR3 sich in der Media-Analyse 2007/II den Spitzenplatz als meistgehörtes Radioprogramm in Deutschland zurück. Für die prägenden Programmelemente aktuelle Information, Musik, Unterhaltung und Service weisen die Daten der Medienforschung weiterhin qualitativ hohe Zufriedenheitswerte des Publikums mit „ihrem“ Programm aus.

Auf den Wandel im Mediennutzungsverhalten seines Zielpublikums reagierte SWR3 in den beiden zurückliegenden Jahren u. a. mit der Erweiterung seines multimedialen und interaktiven Angebots. So bietet das programmbegleitende Online-Angebot von SWR3 inzwischen verstärkt Videos und Audios on demand an. Beiträge aus dem Programm können zeitunabhängig genutzt und durch Zusatzinformationen vertieft werden. Nutzer haben zudem umfangreichere Möglichkeiten, sich direkt am Programm zu beteiligen. Die Nutzerzahlen von swr3.de weisen eine jährliche Steigerungsrate von rund 10 % auf. Steigende Nutzerzahlen verzeichnete auch die „SWR3-Verkehrshotline“. Per Telefon können Autofahrer die neuesten Verkehrsmeldungen des SWR individuell für ihre Fahrtroute abrufen. Sprachqualität und Kapazität dieses automatisierten Programmservices wurden 2006 deutlich verbessert.

Um den Kontakt zum Publikum weiter zu stärken und die Hörerbeteiligung zu verbessern, richtete SWR3 im Jahr 2006 eine eigene Hörer-Redaktion ein, die täglich zwischen 600 und 800 Hörerreaktionen per Telefon, E-Mail und SMS bearbeitet. Sie nimmt Anregungen und Kritik auf und bringt Hörerthemen bzw. -reaktionen gegebenenfalls direkt in das laufende Programm ein. Erste Versuche mit so genanntem „user generated content“, also Bildern, Tönen und Texten von Hörern, verliefen ebenfalls positiv und sollen fester Bestandteil des SWR3-Angebots werden.

In Zusammenarbeit mit dem SWR Fernsehen produziert SWR3 seit Herbst 2005 die Konzertreihe „New Pop hautnah“, die bereits Stars wie Lionel Richie, James Blunt, Maroon5, Juanes, Katie Melua, Alanis Morissette oder „Wir sind Helden“ im Radio, im Fernsehen und als Livestream im Internet präsentierte. Sie ergänzt das Musikangebot in der Radio- bzw. Fernsehsendung „SWR3 late-night“, die vor allem Nachwuchskünstlern aus dem In- und Ausland eine Plattform bietet. Im Radioprogramm selbst verstärkte SWR3 noch einmal den Bereich Information. „SWR3 Kompakt“ erweitert, zusätzlich zu den SWR3-Nachrichten, das Angebot an Informationen aus dem Sendegebiet und wird seit Herbst 2006 werktäglich um 12:30, 13:30, 16:30 und 17:30 Uhr gesendet. Fortgeführt wurden die erfolgreichen Thementage und -wochen im SWR3-Programm. Die Themenpalette reichte dabei von „Klimawandel“ über „Stalking“ bis „Krank durch Essen“.

Mit jährlich über 200 eigenen Veranstaltungen im Sendegebiet bleibt SWR3 direkt vor Ort für seine Hörer erlebbar. Zusätzlich zu den erfolgreichen „SWR3 Dancenights“ und „SWR3 Partynächten“ in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, dem „SWR3 New Pop-Festival“ und „New Pop hautnah“-Konzerten wurde am Standort Mannheim das jährliche Konzertereignis „Pop im Hafen“ neu geschaffen. Als neue Veranstaltungsform schickte SWR3 seit 2006 auch das etablierte Radioformat „SWR3 Lyrix“ auf Tournee durch Städte und Gemeinden. Die Mitgliederzahlen im SWR3 Club entwickelten sich weiter positiv. Ende 2006 hatte der Club 112 000 Mitglieder und bleibt somit Deutschlands erfolgreichster Radioclub.

### 3.4 DASDING



Im Jahr 2006 optimierte DASDING die multimediale Vernetzung von Audio-, Video- und Internetinhalten weiter. Innerhalb der Redaktion sollten möglichst synergetisch Inhalte aufbereitet und für die verschiedenen Ausspielwege produziert werden. Besonders die Einbindung von jungen Hörern, Zuschauern und Usern in das laufende Programm wurde intensiviert. In den Radiosendungen wurden neben der journalistischen Berichterstattung regelmäßig Hörermeinungen zu verschiedenen Themen abgefragt.

Im Internet konnten die User sich regelmäßig in themenbezogenen Foren äußern und ihre Meinungen austauschen. Zu den Landtagswahlen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz produzierte DASDING eine Schwerpunktserie, in der die wichtigsten Fakten zu den Wahlen erklärt wurden: „Wie wird gewählt?“, „Wie viele Stimmen hat man?“ oder „Warum ist es wichtig zu wählen?“ In jeweils einstündigen Spezi­alsendungen wurden Vertreter der in den Landtagen vertretenen Parteien zu Themen wie Ausbildung, Schule oder Jugendarbeitslosigkeit befragt.

Im Sommer 2006 gab es neben einer umfangreichen Fußball-WM-Berichterstattung den Schwerpunkt Musikfestivals. DASDING berichtete von den großen Festivals im Südwesten, „Rock am Ring“ (Nürburgring) und dem „Southside Festival“ (Neuhausen ob Eck bei Tuttingen), übertrug Live-Musik und schnitt viele Konzerte mit. Die Live-Konzerte wurden bis in den Winter hinein auf dem Live-Musik-Sendeplatz am Sonntagabend gesendet.

Im Herbst 2006 startete DASDING den Schwerpunkt „DASDING Durchblicker“. In dieser Rubrik können Hörer und User Fragen zu Alltagsphänomenen und Wissensfragen stellen, die ein DING-Redakteur mit Hilfe von Experten erklärt. Neben der Informationsvermittlung dient diese Aktion dazu, den Hörern zu verdeutlichen, dass DASDING im Gegensatz zu kommerziellen Anbietern sehr starken Wert auf Inhalte legt.

DASDING veranstaltete an Schulen und Jugendzentren dreitägige Medienworkshops, um Medienkompetenz zu vermitteln. 2006 konnten erneut mehr als 400 Jugendliche an diesen Workshops teilnehmen. Highlights im Jahr 2007 waren der Workshop zum Thema „Gewalt“ in Langenau und der Workshop mit dem Radio-Sinfonieorchester Stuttgart des SWR.

### 3.5 SWR cont.ra



Wie kein anderes Programmangebot des Südwestrundfunks ist SWR cont.ra ein „Geschöpf der Fusion“. Denn erst dadurch, dass die Gesamtheit aller journalistischen Einheiten des SWR in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz als Programmquellen zur Verfügung standen, konnte SWR cont.ra als Wortradio die gesamte Informationskompetenz bündeln und daraus umfangreiche Informationen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport und weiteren Bereichen des gesellschaftlichen Lebens aufbereiten. Die Palette des Informations- und Ereignisradios reichte dabei von den klassischen Nachrichten über Kommentare bis hin zu halbstündigen Features. Einen Schwerpunkt bildete die Berichterstattung aus dem SWR-Sendegebiet mit den Nachrichten und Berichten aus Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz.

Neben der aktuellen Berichterstattung setzte das Wortprogramm vor allem Akzente in der zeitversetzten Wiederholung qualitativ hochwertiger Sendungen und Berichte aus anderen Programmen des SWR. Beispiele sind die SWR1-Talksendung „Leute“, die in SWR cont.ra als Zusammenschchnitt ohne Musik präsentiert wurde oder die Wiederholung des SWR2 Forums. Auch Fernsehsendungen gehörten zum Bouquet, etwa die ARD-Tagesschau um 20 Uhr als Live-Übernahme.

Fester Bestandteil im Programm von SWR cont.ra sind Sendungen aus den SWR-Fachredaktionen „Wirtschaft und Soziales“, „Religion, Kirche und Gesellschaft“, „Umwelt und Ernährung“ sowie „Sport“. Darüber hinaus berichtet SWR International in einer werktäglich halbstündigen Sendung über Migrationsthemen. Wie bei vielen anderen seiner Programminhalte greift SWR cont.ra bei all diesen Fachredaktionssendestrecken auf Beiträge und Sendungen zurück, deren Quellen redaktionell und geografisch im gesamten SWR-Sendegebiet liegen. Der digitalen Entwicklung in den Medien wurde SWR cont.ra durch den Ausbau des Internet-Angebots gerecht: Seit Januar 2007 werden die wichtigsten Beiträge und Originaltöne auf die cont.ra-Internetseite gestellt. Der Hörer kann dadurch zeitsouverän die Beiträge im Internet nutzen.

### 3.6 Chefredaktion

#### Zentrale Information

Die Zentrale Information der Chefredaktion mit ihren beiden Redaktionen „Nachrichten“ und „Aktuell“ steigerte ihren Output und Qualität in den vergangenen beiden Jahren weiterhin. Über die bereits bestehenden Sendungen hinaus wurde eine weitere Sendestrecke etabliert: „Aktuell am Abend“ für SWR1. Zur Stärkung des Informationsprofils entstand damit im Laufe des Jahres 2006 eine 15-minütige journalistische Tageszusammenfassung, die sich sehr eng am Profil von SWR1 orientiert und seit dem 1. Oktober 2006 werktäglich um 20:00 und 22:00 Uhr gesendet wird. Eine erste Fassung der Sendung läuft bereits um 19:00 Uhr in SWR cont.ra; die Sendung um 22:00 Uhr wird zusätzlich in SWR4 übernommen. Durch eine enge Vernetzung zwischen Zentraler Information, SWR1 Abend und cont.ra konnten für dieses Projekt in vieler Hinsicht personelle wie inhaltliche Synergien erzielt und genutzt werden. Die Zentrale Information bietet weiterhin Aktuellsendungen für SWR2 und cont.ra, außerdem Nachrichten für SWR2, cont.ra, SWR3 (Kooperationsprojekt) sowie abends und nachts auch für SWR1 und SWR4 an. Die Nacht-Nachrichten werden in deutlich stärkerem Maße von anderen ARD-Anstalten übernommen. Ihre Funktion als Nachrichtenredaktion für verschiedene Programme nutzt die Zentrale Information derzeit intensiv, um neue Techniken für die Nachrichtenerstellung und -verwertung zu testen und einzuführen.

### **Wirtschaft und Soziales**

Seit fast zwei Jahren berichtet die SWR-Wirtschaftsredaktion wieder über steigende Aktienkurse, sinkende Arbeitslosenzahlen und sprudelnde Steuereinnahmen. Vor allem der Südwesten erwies sich als Konjunkturmotor der Republik. Dies analysierte und stellte die Wirtschaftsredaktion in einer Vielzahl von Sendungen, Beiträgen und Gesprächen dar. Wirtschaftsthemen spielen in allen Programmen eine immer wichtigere Rolle. Dabei ergeben sich zunehmend Synergien aus der Tatsache, dass Wirtschaftsredakteure an allen drei Hauptstandorten des SWR arbeiten, also nahe an der von ihnen beobachteten Wirtschaftsregion und damit auch nahe an den von ihnen belieferten Wellen.

### **Hauptstadtstudio Berlin**

Bundespolitik muss erklärt und übersetzt werden. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss den Begründungsdruck auf die Politik aufrechterhalten – besonders in Zeiten einer großen Koalition. Die bundespolitischen Korrespondenten des SWR sind sich dieser originären Aufgabe bewusst und sind in Berlin genauso als Dienstleister für die Hörer wie auch als SWR-Medienrepräsentanten und Botschafter des Senders vertreten.

Mit der studioeigenen Sendung, dem SWR-Interview der Woche, konnten die Korrespondenten inzwischen einen Spitzenplatz in der Auswertung durch das Bundespresseamt erreichen. Gäste der Sendung waren in den vergangenen zwei Jahren: die Bundeskanzlerin 100 Tage nach Amtsantritt, der Bundesaußenminister zur deutschen EU-Ratspräsidentschaft, alle anderen Ressortchefs, die Vorsitzenden und Fraktionschefs der Parteien und zahlreiche Gesprächspartner der Kirchen, der Wirtschaft und der Verbände. Das Interview ist inzwischen – als Text im Internet, als Podcast jederzeit abrufbar, als Kurzform in den Formatprogrammen, als Nachrichtenmeldung in den Agenturen – ein wahres „journalistisches Pfund“ geworden, mit dem das Studio in Berlin seinen professionellen Anspruch belegt.

Seit Herbst 2006 arbeitet das Studio an zwei medienübergreifenden Projekten: Ute Welty ist eine der Autorinnen des Tagesschau.blog und Birgit Wentzien moderiert einmal im Monat die TV-Sendung „Quergefragt“ in Berlin. Das Tagesschau.blog bietet Platz für die Nachricht hinter der Nachricht. Die Einträge der Korrespondenten können, müssen und dürfen subjektiv sein und erhielten im Juni 2007 den Grimme Online Award. Sie sind ein freiwilliges Extra der Kollegen und wertvoller Bestandteil des Arbeitsalltags. Das TV-Engagement von Birgit Wentzien dient ebenso wie das Tagesschau-Internet-Engagement von Ute Welty der Wahrnehmung des SWR in Berlin: Die Außenwirkung ist rundum positiv, der Einsatz fließt in die Studioarbeit insgesamt ein und beide Projekte dienen der Kontaktpflege und Präsenz des Senders in der Bundeshauptstadt und darüber hinaus.

### **Redaktion Reporter und Recherche**

Zum 1. Januar 2007 wurde in der Hörfunk-Chefredaktion die Redaktion Reporter und Recherche eingerichtet. Sechs Mitarbeiter sind dort als journalistische Dienstleister für alle Wellen des SWR sowie der ARD tätig. Ziel ist die Produktion eigenständig recherchierter Beiträge, die das Profil des SWR als Leitmedium im Südwesten stärken. In kurzer Zeit entwickelte sich eine äußerst kooperative und produktive Zusammenarbeit mit anderen Fachredaktionen, einzelnen Wellen und Regionalstudios. Vor allem in den Regionen wurde erkannt, dass dieses Potenzial für Themen mit großem journalistischen Aufwand genutzt werden kann. Der Output von Reporter und Recherche spricht für die erfolgreiche Arbeit.

### **Religion, Kirche und Gesellschaft**

Die „Eventisierung“ von Religion hat der Redaktion Religion, Kirche und Gesellschaft in den vergangenen zwei Jahren eine Fülle zusätzlicher Aufgaben beschert, die neben der normalen redaktionellen Arbeit zu bewältigen waren. So fanden im Frühjahr 2005 der Tod von Papst Johannes Paul II. und die Wahl Benedikts XVI. besondere Beachtung. Es folgten der Kölner Weltjugendtag, die großen Kirchen- und Katholikentage, die Wiedereinweihung der Dresdner Frauenkirche sowie der Papstbesuch in Bayern. Ein weiteres herausragendes Thema für die Fachredaktion war der Islam. Seit Sommer 2006 beschäftigt die Redaktion als erste ARD-Religionsredaktion einen Redakteur für Islamfragen, den ehemaligen ARD-Korrespondenten in Kairo, Reinhard Baumgarten. Im April 2007 startete der SWR als erste deutsche Rundfunkanstalt mit einem „Islamischen Wort“, das an jedem ersten Freitag im Monat im Internet-Angebot von SWR cont.ra veröffentlicht wird und sich an Moslems und interessierte Nicht-Moslems im gesamten SWR-Sendegebiet (und darüber hinaus) wendet. Die Auswahl der Autoren und die redaktionelle Bearbeitung der Manuskripte liegen bei der Redaktion. Wie andere SWR-Fachredaktionen beschäftigt auch Religion, Kirche und Gesellschaft Redakteure an allen drei SWR-Hauptstandorten. Den regional ausgeprägten Hörfunk-Wellen kommt dies zugute, weil an ihrem jeweiligen Standort mit großer Nähe zum Bundesland, zur Region und zum Programm mindestens zwei Mitglieder der Redaktion arbeiten.

### **Umwelt und Ernährung**

Die Redaktion Umwelt und Ernährung nutzte seit der Fusion verstärkt die Möglichkeiten der Bimedialität. Fernsehmaterial aus den TV-Features der Redaktion wurde zu Hörfunkbeiträgen verarbeitet wie z. B. „Bye-bye Schmetterling“ oder „Die Gen-Veršwörung“. Spezialwissen wird grundsätzlich für alle Ausspielwege nutzbar gemacht. Gemeinsam mit der Fernseh-Wissenschaft (Odysso) nutzt die Fachredaktion Recherchen und Material über Redaktions- und Standortgrenzen hinaus für Hörfunk und Fernsehen gemeinsam.

### **SWR International**

SWR International, die SWR-Fachredaktion für Migration und Integration, berichtet tagesaktuell in SWR cont.ra für beide Bundesländer des SWR-Sendegebiets von Montag bis Freitag um 16:05 und 19:35 Uhr (samstags um 8:30 Uhr) über die Themen Zuwan-

derung, Migrationspolitik, Flucht, Asyl, Zusammenleben und interkulturelle Verständigung. Die Hörfunksendungen in deutscher Sprache werden durch ein Internetangebot in Deutsch und fünf weiteren Sprachen ergänzt. Die Audioangebote stehen als Podcast sowie einzelne Beiträge on demand zur Verfügung.

SWR International berichtete intensiv über den Berliner Integrationsgipfel und die Islamkonferenz. Die Fachredaktion bietet zu dem alle zwei Jahre das „Medienforum Migranten bei uns“ an, das sich zu einer der größten Fachtagungen zum Thema Migration und Medien entwickelte. Die Fachredaktion arbeitet intensiv mit den Integrationsbeauftragten auf Landes- und kommunaler Ebene im gesamten Sendegebiet zusammen. SWR International beliefert als Fachredaktion alle SWR-Hörfunkprogramme, kooperiert bei Dokumentarfilmproduktionen für das SWR Fernsehen und erstellt Themenschwerpunkte für SWR Online. Migration, Interkultur und friedliches Zusammenleben sind damit zentrale Themen im SWR-Programmangebot. Auch der SWR als Unternehmen und Arbeitgeber engagiert sich für die Integration von Migranten: Ein Drittel der Auszubildenden an allen Standorten hat einen Migrationshintergrund. Damit ist der SWR in der ARD führend. Prof. Dr. Karl-Heinz Meier-Braun, Leiter der Fachredaktion SWR International, ist zugleich Integrationsbeauftragter des SWR.

## Sport

Der Berichtszeitraum liegt zwischen zwei großen SWR-Sport-Federführungen; Olympia 2004 in Athen einerseits und der Fußball-Europameisterschaft 2008 in Österreich und der Schweiz andererseits, deren Übertragungen der SWR gemeinsam mit dem BR plant. Entscheidend involviert war der SWR-Hörfunksport in die Berichterstattung von den Olympischen Winterspielen 2006 in Turin und von der Fußball-WM 2006 in Deutschland. Letzteres sowohl durch eine Reihe von Mitarbeitern im jeweiligen ARD-Team als auch bei der Umsetzung der Ereignisse in den Programmen des SWR. Details werden ab Kapitel 6.3 dargestellt. Entscheidende strukturelle Verbesserungen setzte die Abteilung Sport Hörfunk zu Beginn des Jahres 2007 um: zunächst im Rahmen des Umzugs der Hauptabteilung Sport, durch die Einrichtung eines bimedianalen Desks, der die Dienstplanfunktionen beider Medien an einem zentralen Funktionsarbeitsplatz bündelt; schließlich im März durch die Einrichtung des Sport-Service-Centers am Standort Stuttgart und damit als Dienstleister für alle SWR-Programme an allen Standorten sowie für die ARD von 5:30 bis 22:30 Uhr.

## 4. Fernsehdirektion

### 4.1 SWR-Programmhilights im Ersten

In der Fernsehdirektion in Baden-Baden laufen die Fäden für Sendungen im Ersten und im Dritten Programm (SWR Fernsehen) sowie in den Spartenkanälen 3sat, KI.KA, ARTE, Phoenix und im Digitalkanal EinsPlus zusammen. Beinahe jede sechste Sendung in der ARD stammt aus dem Südwesten. Die Fernsehdirektion koordiniert außerdem das SWR Fernsehen. Sie produziert und verantwortet den länderübergreifenden Mantel, der etwa 70 % des Programms ausmacht. In Baden-Baden werden federführend die Zulieferungen der ARD-Sender zum Kulturkanal 3sat koordiniert und hier ist auch die Kirchenkoordination der ARD angesiedelt. Außerdem hat die Fernsehdirektion die Federführung für den digitalen Servicekanal EinsPlus.

Filmhighlight des Jahres waren die Erinnerungen des Schauspielers Michael Degen an seine Kindheit während der Nazizeit, die der SWR unter dem Titel „Nicht alle waren Mörder“ für Das Erste verfilmte (siehe Kapitel 7.4). Damit erreichte der SWR am 1. November 2006 um 20:15 Uhr im Ersten 5,31 Millionen Zuschauer und bewies nach Erfolgen wie „Stauffenberg“ und „Heimat 3“ erneut sein Engagement für anspruchsvolle, zeitgeschichtliche Stoffe.

Mit einer neuen Show rund um interessante und spektakuläre Naturphänomene gelang dem SWR auf dem schwierigen Feld der Fernsehunterhaltung ein echter Überraschungserfolg: „Die große Show der Naturwunder“ erzielte mit anspruchsvoller Unterhaltung hervorragende Quoten und stellte bereits mehrfach den Tagessieger. Die Mischung aus Prominenten-Quiz und der Vermittlung von wissenschaftlichen Informationen rund um Naturphänomene kam beim Publikum sehr gut an und wird über 2006 hinaus fortgesetzt. Die Unterhaltungsredaktion stellte mit dem Format erneut ihre Innovationskraft in der ARD unter Beweis.

Die Tier-Doku-Soaps aus deutschen Zoos lösten bei den Zuschauern im Ersten eine Welle der Sympathie aus. „Eisbär, Affe & Co.“, das Format des SWR aus der Stuttgarter Wilhelma, zählte mit Einschaltquoten von 17 % und fast zwei Millionen Zuschauern zu den erfolgreichsten Zoogeschichten.

Im September übertrug der SWR das EM-Qualifikationsspiel Deutschland gegen Irland aus Stuttgart – mit 10,87 Millionen Zuschauern die erfolgreichste Sendung des SWR im Ersten überhaupt im Jahr 2006. Im Winter verantwortete der SWR die ARD-Übertragungen der Skispringen und der „Ski alpin“-Rennen (teilweise). Außerdem übertrug der SWR elf Läufe des Deutschen Tourenwagen Masters (DTM).

Großereignisse wie die Olympischen Winterspiele in Turin 2006 und die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland sind in Kapitel 6.3 bzw. 6.4 nachzulesen. Die Beiträge der Fernsehdirektion zu den verschiedenen Themenwochen werden in Kapitel 7 beschrieben.

„Report Mainz“, das politische Magazin des SWR im Ersten, feierte im Mai 2007 sein 40-jähriges Bestehen mit einer von Entertainer Harald Schmidt moderierten Jubiläumssendung. Im SWR Fernsehen widmete Kabarettist Mathias Richling der Sendung eine Hommage unter dem Titel „Zwerch trifft Fell extra“. „Report Mainz“ nimmt 2006 nicht weniger als 1966 das Wächteramt wahr, das den Medien als der faktischen „Vierten Gewalt“ im Staat zugewiesen ist. Gleichzeitig zeigt das Format aber auch, dass es ganz andere, leichtere Themen transportieren kann. Mit „Report Mainz“ bietet der SWR den Zuschauern ein Politmagazin für investigative Recherche und hintergründige Berichterstattung, das längst eine Instanz des deutschen Fernsehjournalismus geworden ist.



## 4.2 SWR Fernsehen „Unser Drittes“ (Gesamtprogramm)

Dem SWR Fernsehen ist es im schwierigen WM-Jahr 2006 neben dem Spitzenreiter MDR als einzigem Dritten Programm gelungen, gegen den negativen Trend zuzulegen. Der durchschnittliche Marktanteil wurde auf 6,4 % gesteigert. Damit setzte sich die deutliche Aufwärtsentwicklung seit der Fusion (Marktanteil 1999: 5,7 %) fort. Zugleich ist das SWR Fernsehen nachweislich das Dritte Programm mit dem höchsten Informations- und Kulturanteil. Es bekennt sich zu diesem Profil und wird auch künftig anspruchsvolle und schwierige Themen zur besten Sendezeit zuschauerfreundlich aufbereiten.

Der SWR schlug im Herbst 2006 ein neues Kapitel in der Geschichte seines Fernsehprogramms auf. Aus „SÜDWEST *Fernsehen*“ wurde „SWR Fernsehen“. Der neue Name macht es dem Zuschauer leichter, sein Programm seinem Sender zuzuordnen. Zugleich erhielt das SWR Fernsehen ein neues, modernes Design. Warme Farben und sanfte Farbverläufe dominieren in der optischen Verpackung der Sendungen, in Studiodekorationen, Schrifteinblendungen und Programmhinweisen. Der Doppelpfeil wird in Trailern stärker in den Mittelpunkt gerückt.

Als erste Landesrundfunkanstalt der ARD stellte der SWR sein Drittes Programm auf das neue Bildformat 16:9 um und sich damit für die Herausforderungen der Zukunft. Dies war zugleich der Startschuss für neue Formate: Mit „Guildo und seine Gäste“ produzierte das SWR Fernsehen ein innovatives und mehrfach ausgezeichnetes Talkformat. Gastgeber Guildo Horn spricht in seiner Sendung mit geistig behinderten Menschen, anstatt über sie zu sprechen. Frank Elstner präsentiert die neue regionale Quizshow „Die Besten im Südwesten“ und in der neuen Antiquitätensendung „echt antik?!“ können Zuschauer alte Objekte schätzen lassen. Die Late-Night-Show mit Pierre M. Krause gab sich einen neuen Namen: Aus „SWR3 Ring frei!“ wurde „SWR3 latenight“. „Hautnah“ heißt eine neue Programmmarke, die Weltstars wie Lionel Richie, Katie Melua und James Blunt in intimer Clubatmosphäre präsentiert. Der Sport am Sonntagabend erhielt einen neuen Sendeplatz: „Sport im Dritten“ (Baden-Württemberg) und „Flutlicht“ (Rheinland-Pfalz) rückten auf 22:45 Uhr. Mit „betrifft: Baustelle Arbeitsagentur“ von Thomas Leif führte das SWR Fernsehen die „Presenter-Reportage“ als neue journalistische Erzählform ein.

Das SWR Fernsehen zeigt sich seit Herbst mit neuen Gesichtern: Fatma Mittler-Solak ergänzt das Team der Moderatoren von „Kaffee oder Tee?“, Anja Höfer moderiert „echt antik?!“, Valeska Homburg ist Gastgeberin bei „Sport im Dritten“ und Stefanie Tücking führt durch das „Rasthaus“. Die Leiterin des SWR-Hauptstadtstudios in Berlin, Birgit Wentzien, moderiert im Wechsel mit Anke Hluschka die politische Talkshow „Quergefragt“.

Im Frühjahr 2006 prägten die Landtagswahlen in Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg das Programm: Sondersendungen im Vorfeld, breite Wahlberichterstattung am Tag der Wahl und die Wahl-Nachlese interessierten viele Zuschauer. Zu den Höhepunkten zählten die „Elefantenrunde“ in Rheinland-Pfalz und das Duell der Spitzenkandidaten Günther Oettinger und Ute Vogt in Baden-Württemberg.

Im Oktober 2006 beschäftigte das SWR Fernsehen sich eine Woche lang mit dem Thema „Islam – so nah, so fremd“, auch die Hörfunk- und Internetangebote des SWR waren am Schwerpunkt beteiligt wie in Kapitel 7.3 ausführlicher dargestellt wird. „Debüt im Dritten“ wurde erstmals als kompaktes Festival platziert: Zwei Wochen lang wurde fast täglich ein Feuerwerk von Filmen gezeigt, die unter die Haut gingen. Eröffnet wurde die Reihe für den filmischen Nachwuchs mit dem Film „Unter dem Eis“, der inzwischen mit dem Grimme-Preis ausgezeichnet wurde.

## 5. Online

### 5.1 ARD.de – VoD



Die letzten zwei Jahre waren von Diskussionen über das Web 2.0 und die interaktiven Anwendungen sowie über die Rolle des Internets als universelle Plattform für multimediale Angebote geprägt. Während die privaten Anbieter Millioneninvestitionen in neue Online-Aktivitäten vornahmen, Internetfirmen und -angebote aufkauften, blieben die Möglichkeiten der ARD in diesem Zukunftsbereich durch die Selbstbindung eingeschränkt. Die Bedeutung des Internets für die Massenkommunikation ist aber weiter angestiegen. Immer mehr Menschen in Deutschland sind online, bei den jungen Zielgruppen nahezu 100 %. Die Akzeptanz der Online-Angebote ARD.de und SWR.de nahm im Berichtszeitraum stark zu. Neben der Erhöhung der Nutzerzahl ist die Durchdringung der Haushalte mit Breitbandanschlüssen eine Ursache.

Mit dem Erfolg des iPod und anderer MP3-Player stieg die nichtlineare Nutzung von Audios und Videos besonders in den jungen Zielgruppen stark an. Damit erhöhte sich die Akzeptanz der Podcast-Angebote auf SWR.de – ohne starren Sendetermin finden hochwertige Inhalte ein neues Publikum. SWR.de verbessert das SWR Podcast-Angebot ständig. Da alle Landesrundfunkanstalten solche Angebote machen, konnte ARD.de die Vielfalt bündeln.

Auch die Erwartung, Videos on demand nutzen zu können, ist angestiegen. Deshalb entschloss sich der SWR, sein Abrufangebot ab der Internationalen Funkausstellung (IFA) 2007 sukzessive neu zu strukturieren und zu verbessern. ARD.de bekam den Auftrag aus der ARD, die multimedialen Inhalte aller Gemeinschaftseinrichtungen und Landesrundfunkanstalten in der „ARD Mediathek“ zusammenzufassen. Diese wurde lediglich exemplarisch als Showcase auf der IFA gezeigt und soll in der Endausbaustufe die Audio- und Videoinhalte der ARD nach verschiedenen Kategorien bündeln. Dabei funktioniert die „ARD Mediathek“ wie ein virtuelles Portal, das die Metadaten der Sendungen und Beiträge strukturiert und verwaltet, aber die Datensätze selbst auf den Servern der Landesrundfunkanstalten belässt.

Die „ARD Mediathek“ stellt eine konsequente Weiterentwicklung der bisherigen Strategie der Online-Bereiche dar, den Public-Service in den nichtlinearen Medien zu verbessern und konsequent arbeitsteilig und effizient Programme für die wachsende Zahl der Internetnutzer medienspezifisch aufzuarbeiten. Grundlage für diese Arbeit ist die gute Zusammenarbeit aller ARD-Online-Bereiche und die Koordination über die Redaktionskonferenz Online, die federführend beim SWR liegt. Die strategischen Positionen der Redaktionskonferenz Online zur Rolle der nichtlinearen Medien in der Massenkommunikation und der Funktion der Onlinebereiche fanden Eingang in das Digitalstrategiepapier „Die ARD in der digitalen Medienwelt“.

Web-2.0-Anwendungen gibt es als neue Formate in fast allen Angeboten, obwohl der Rundfunkstaatsvertrag hier Grenzen setzt. Weblogs oder Blogs sind vielgenutzte Reportageformate und waren bereits fester Bestandteil der aktuellen Berichterstattung zu den Landtagswahlen und zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006. Auch bei der ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ waren die Nutzer aufgerufen, sich mit eigenen Bildern und Videos zu beteiligen. So entstand auf ARD.de das größte deutsche Familienalbum. „User generated content“ in seiner kreativsten Form gab es schon zum zweiten Mal im Spezial der ARD.de zu den Hörspieltagen. Anlässlich der „Premiere im Netz“ konnten die Nutzer abstimmen, welches eingesandte Hörspiel ausgezeichnet werden soll. Der Gewinner erhielt die Chance, ein weiteres Stück in einem professionellen Hörspielstudio der ARD zu produzieren.



## 5.2 SWR.de

Der SWR.de „Faktencheck“ ist ein weiteres Beispiel dafür, wie die medienspezifischen Möglichkeiten des Internets in der journalistischen Arbeit eingesetzt werden können. Sachaussagen von Politikern aus den Wahlduellen während der Landtagswahlen 2006 in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz wurden von Experten auf den Prüfstand gestellt. Die Analyse konnten die Nutzer am nächsten Morgen im Internet nachlesen.

SWR.de begleitete neben der Wahlberichterstattung alle wichtigen Programmschwerpunkte und -ereignisse mit einem redaktionellen Angebot. Ein redaktionelles Highlight des Jahres 2005 war die Website Schiller.ARD.de anlässlich des 200. Todestages des Dichters. Unter dem Motto „Schiller ist ...“ wurde Friedrich Schiller nicht nur als Dichter, sondern von seiner kraftvollen und populären Seite als Freund, Kranker, Spießler und Frauenliebhaber vorgestellt. Das ARD-Angebot entstand in Federführung von SWR.de, gemeinsam mit ARD.de und mdr.de. Zur Reihe „Steinzeit – Das Experiment“ wurde den Zuschauern und Nutzern 2007 ein multimediales Angebot mit vielen Mitmachmöglichkeiten präsentiert.

SWR.de beteiligte sich mit Beiträgen an beiden ARD-Themenwochen in den Jahren 2006 und 2007, nachzulesen in Kapitel 7.1 und 7.2. Die Koordination der gesamten Online-Bereiche lag dabei bei ARD.de. Gemeinsam mit den Online-Kollegen wurden redaktionelle Konzepte entwickelt und Themen arbeitsteilig erstellt. Mozart.ARD.de, ein Gemeinschaftsprojekt von ARD.de und mdr.de brachte Pop ins Mozartjahr 2006. Das Kommunikationskonzept „einfach Mozart“ orientierte sich an den Websites zeitgenössischer Popstars und bot kostenlose Downloads für den MP3-Player, Handy-Klingeltöne und einen täglichen Mozartbrief, gelesen von Klaus Maria Brandauer. ARD.de und SWR.de sorgten durch Barrierefreiheit dafür, dass ihre Angebote auch von Menschen mit Behinderungen genutzt werden konnten.



## 5.3 Kindernetz.de

www.kindernetz.de ist die Portalseite der Fernsehdirektion für die SWR-Kinderprogramme in Hörfunk und Fernsehen und wurde 2007 zum dritten Mal in Folge mit dem „Goldenen Webspatzen“ ausgezeichnet. Mit einem aktuellen Programmkalender, einem Katalog und einer Suchmaschine verbindet kindernetz.de die ARD-Kinderprogramme auf einer Plattform, dient als Startpunkt zu Webseiten, die für Kinder besonders geeignet sind und erleichtert die Orientierung im Angebot der Kinderseiten im Netz.

„Informieren, mitmachen, selber gestalten“, mit diesem Motto ging das Kindernetz 1997 als erste Community für Kinder an den Start. Neben sendungsbezogenen Informationen ist die virtuelle Stadt das Herzstück der Kinder-Plattform. Es wird von der Überzeugung getragen, dass das Mitmachen und Selber-Schreiben für Kinder den besonderen Reiz des neuen Mediums darstellt. Eine Homepage einrichten, sich über Hobbys, Eltern, Wichtiges im Kinderalltag austauschen und dabei das Medium und seine Spielregeln kennenzulernen, das war und ist attraktiv und medienpädagogisch wegweisend. Das „Mitmach-Web“ mit Communitys und Weblogs unter dem Schlagwort Web 2.0 ist in aller Munde. Deshalb startete im Frühjahr 2007 das neue Großprojekt im Kindernetz: ein deutschlandweiter „Kinderreiseführer“. Auf einer interaktiven Deutschlandkarte können Kinder ihre Heimatstadt in Filmen, Bildern, Texten und Tönen vorstellen.

Oli's Tierlexikon im Netz wächst mit jeder Sendung weiter. Die vielen aufschlussreichen Informationen über Tiere jeder Art zählen zu den begehrtesten Angeboten im Kindernetz. Seit Frühjahr 2007 zeigen sich die Seiten des Tigerenten Clubs nicht nur im neuen Design, sondern um informative Angebote erweitert begleitend zur Jahresaktion „Augen auf, Kamera läuft“. Aus dem „Kinderchungel“ im Radio wurde ein neues Angebot im Kindernetz: „Spielraum – das Kinderradio“.

Die Fußball-WM 2006 war für Groß und Klein ein Riesenergebnis – im Kindernetz waren vor allem Geschicklichkeit und Wissen gefragt. Hinter einer Torwand waren Fragen über die Teilnehmerländer in unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden versteckt. Wer hier Weltmeister werden wollte, musste sich bei den Fußballnationen gut auskennen. Im Themen-Spezial zum „Jahr der Wüsten“ zeigte kindernetz.de die Faszination dieser Landschaften und vermittelte geologische Phänomene. Im Spezial „Energie und Umwelt“ wurden Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Methoden zur Energiegewinnung erläutert.

#### 5.4 Wissenschaft im Netz

Das multimediale Schulfernsehen, das Online-Portal [www.wissen.swr.de](http://www.wissen.swr.de), das Projekt [www.planet-schule.de](http://www.planet-schule.de) und die Wissenschaftssendungen des SWR veranschaulichen idealtypisch die enge Verzahnung des Programms mit dem Ausspielweg „Online“ in den Redaktionen der Fernsehredaktion. Beim multimedialen Schulfernsehen wurden die Redaktionsgruppen „Fernsehen“ und „Multimedia“ verknüpft. Sie produzieren auf Unterricht zugeschnittenes Fernsehen und entwickeln dazu interaktive Anwendungen im Internet oder auf DVD-ROM.

Dieses multimediale Bildungsangebot wurde kurz nach der Fusion gemeinsam mit den Kultusministerien der Länder Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Saarland konzipiert. Die Früchte dieser Zusammenarbeit: über 900 neue Sendungen der ARD-Schulfernseh-Redaktionen in den letzten sechs Jahren, davon die Hälfte vom größten Anbieter, dem SWR; über 20 aufwändige CD- und DVD-ROM-Produktionen und der stetige Ausbau des Online-Angebots [www.wissen.swr.de](http://www.wissen.swr.de). Auf die über 3 000 Seiten mit Hintergrundinformationen, Interaktionen und Simulationen wird jeden Monat rund 2,3 Millionen Mal zugegriffen.

Der Erfolg des Schulfernsehens zeigt sich auch in den über 40 Auszeichnungen seit der Fusion; davon allein im Zeitraum 2005 bis 2007 vier „Gigamäuse“ und acht „Comeniusseigel“ für jeweils beste Lernprogramme; für Schulfernsehensendungen den Publizistikpreis „Gutes Hören“, den Robert-Mayer-Preis des VDI, den „City of Basel Prize“, den Grand Award „World Media Festival“ und den Japan-Preis für die weltbeste Bildungssendung für Jugendliche.

Zahlreiche Sendungen des Schulfernsehens, der Wissenschafts- und Geschichtsredaktion fließen in das einstündige, werktägliche Magazin „Planet Wissen“ ein. Es bietet Bildung für alle und schafft durch interessante Aktionen besondere Nähe zum Publikum. Ein Beispiel war 2006 und 2007 die Aktion „Apfelblüte“. Die Zuschauer beobachteten und fotografierten mit Begeisterung den Blühbeginn ihrer Apfelbäume und füllten entsprechende E-Mail-Formulare aus. So halfen sie mit ihren Daten den Wissenschaftlern u. a. bei der Verfeinerung von Klimamodellen. Selbst die „Tagesthemen“ berichteten von dem faszinierenden, nachhaltigen Projekt. Die Wissenschaftsredaktion der Fernsehredaktion ist regelmäßig in „Tagesthemen“ und „Tagesschau“ präsent und gilt als erster Ansprechpartner für Wissenschaftsthemen bei „ARD-aktuell“. Die Sendungsfamilie deckt das ganze Themen- und Zuschauerspektrum ab. Dazu gehören die Sendungen „W wie Wissen“ – die einzige Wissenschaftssendung der ARD im Ersten und 2007 unter Federführung des SWR; „Odysso“ in „Unserem Dritten“ und „nano“, die werktägliche Koproduktion auf 3sat. All diese Marken sind personell und programmlich miteinander vernetzt und mit ihren Inhalten im Internet präsent.

Als 2005 der Hurrikan Katrina über den Golf von Mexiko fegte, lieferte die Wissenschaftsredaktion Hintergründe in allen Formaten des SWR Fernsehens, bei 3sat und in den „Tagesthemen“ sowie im Netz. Selbstverständlich griffen die Macher auf die hochwertigen Computeranimationen des multimedialen Schulfernsehens zurück.

Die Wissenschaft entwickelte in Sonderprojekten neue Sendeideen wie z. B. „Steinzeit – Das Experiment“. Bei diesem „Living Science“-Projekt kam zur Geschichte die experimentelle Forschung hinzu. Auch das Projekt „Steinzeit“ war vernetzt: „W wie Wissen“, „Planet Wissen“ und „Odysso“ bereiteten das Thema für ihre Zuschauer auf. Für Kinder gab es eine eigene Version im Kinderprogramm und einen attraktiven, viel besuchten Online-Auftritt. Das multimediale Schulfernsehen wird die „Steinzeit“ ebenfalls auswerten.

Die Redaktionsgruppe arbeitet zudem an der Umgestaltung ihres Online-Angebots. Unter [www.planet-schule.de](http://www.planet-schule.de) werden bis Februar 2008 die ersten 100 Sendungen zum Download und Hintergrundinformationen zu Schwerpunktthemen angeboten. Darüber hinaus sollen Interaktionen und Simulationen für Jugendliche in E-Learning-Modulen aufbereitet und als nächste Innovation Richmedia-Elemente entwickelt werden; das bedeutet im Internet abrufbares Fernsehen, das mit interaktiven Wissensfenstern gekoppelt ist.

Durch die Kooperation von SWR und WDR bei „Planet Schule“ kann das Angebot an Materialien deutlich vergrößert, die Reichweite erhöht und die Akzeptanz nachhaltig verbessert werden. Ziel ist es, „Planet Wissen“ und „Planet Schule“ zu einer Markenfamilie zu verbinden, die für Bildung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen steht und Public Value erzeugt.

## 6. Projekte des Südwestrundfunks

### 6.1 Neubau am Standort Stuttgart

Das Projekt „Neubau Stuttgart“ ist momentan das größte Bauprojekt im SWR. Mit dem Verkauf des Areals Berg und der Bauantragstellung im Frühjahr 2007 machte das Projekt einen großen Schritt nach vorne. Für alle beteiligten Abteilungen und Bereiche bietet der Neubau von drei Fernsehstudios, einem bimedialen Studio und der Umzug einer kompletten Hörfunkwelle in den Neubau neue Chancen und Möglichkeiten. Die Bauplanungen laufen termingerecht und sehen eine Inbetriebnahme im Jahr 2011 vor.

Bevor nun die betriebstechnischen Planungen intensiviert werden, brachte die Direktion Technik und Produktion in enger Zusammenarbeit mit der Landessenderdirektion BW eine Ist-Analyse hinsichtlich der heutigen Arbeitsabläufe auf den Weg. Nach Beratung durch das Fraunhofer-Institut wurde ein Fragebogen entwickelt, der die heutigen Arbeitsabläufe zur Erstellung einer Hörfunk-, Fernsehproduktion und die Nutzung der Onlinemöglichkeiten am Standort Stuttgart untersucht. Nahezu 300 von Programm- und Technikmitarbeitern ausgefüllte Fragebögen wurden sortiert, strukturiert, auf Plausibilität überprüft und werden derzeit in einem Softwaretool modelliert. Anschließend beginnt die Soll-Prozess-Beschreibung und deren Entwicklung. Ziel dieses Pro-



jekt ist, auf Grund neuer technologischer Möglichkeiten und Entwicklungen die bisher vorhandenen Strukturen zu durchleuchten und moderne, effiziente, der neuen Arbeitsumgebung angepasste Arbeitsabläufe zu definieren. Somit können entsprechend den Programmanforderungen zukunftsorientierte Studioumgebungen und Arbeitsplätze geplant werden, die Synergien im Sachmittel wie im Personalbereich mit sich bringen.

## 6.2 Optisches Buchungsarchiv

Bis ins Jahr 2007 wurden sämtliche den SWR betreffende und in die Bücher einfließende Geschäftsvorfälle beleghaft abgewickelt. Diese Abwicklung umfasste dabei die körperliche Zulieferung externer Rechnungen bzw. interner Belege, die Verarbeitung in Form von Genehmigungs-, Prüfverfahren bzw. Buchung sowie die beleggebundene Ablage.

Im Laufe eines Geschäftsjahres wird vom SWR ein Volumen von rund 80 000 Eingangsrechnungen (Lieferantenrechnungen) verarbeitet. Neben diesem Rechnungsvolumen werden im gleichen Zeitraum ca. 50 000 sonstige Belege erstellt und bearbeitet. Mit diesen Belegen werden z. B. Produktionshandkassen oder auch die Haupt- und Nebenkassen des SWR, seiner Studios bzw. der einzelnen Senderstandorte abgerechnet und gebucht.

Sämtliches Belegvolumen musste, bevor es gebucht und anschließend körperlich für bis zu zehn Jahre abgelegt und archiviert wurde, mittels Transport dem jeweils zuständigen Fachbereich zur Prüfung und Genehmigung zugeleitet werden, ggf. an einem anderen Standort.

Hierbei wurde durch die Unterschrift der verantwortlichen Stellen die Freigabe für die anschließende Buchung und Zahlung, soweit damit eine solche verbunden war, abgegeben. Neben der laufenden Abwicklung dieser Geschäftsprozesse spielte die Einsicht in bereits abgeschlossene Vorgänge eine Rolle bei der Frage der Ablage. Verschiedene Stellen sind an abgeschlossenen Geschäftsvorfällen und den dazugehörigen Buchungsbelegen interessiert. Zum einen sind dies die internen Controllingbereiche oder die Innenrevision. Von externer Seite fragen Wirtschaftsprüfer, Betriebsprüfer, Rechnungshöfe oder sonstige Stellen in unterschiedlichem Maße teilweise noch Jahre später die Vorgänge nach. Die jeweiligen Originalunterlagen wurden bisher an den Standorten Baden-Baden und Stuttgart an räumlich getrennten Ablageorten seitens der Hauptabteilung Finanzen verwahrt.

Mit der Umsetzung des Projekts in zwei Stufen soll der gesamte, bisher körperlich gebundene Belegprozess elektronisch abgewickelt werden. Im ersten Schritt wurde der bisherige körperliche Ablauf der gesamten Bearbeitung von Rechnungen und sonstigen Buchungsbelegen beibehalten. Die körperliche Ablage wurde jedoch durch eine elektronische ersetzt. Die Vorgänge wurden nach vollständiger Erledigung eingescannt und somit in der Folge allen berechtigten Nutzern einschließlich der Buchungsunterlagen zur Verfügung gestellt. Dieser erste Umsetzungsschritt erfolgte im Mai 2006. Anschließend begannen die Arbeiten zur Einführung des elektronischen Workflows, mittels dem der Gesamtprozess des Transports des Belegmaterials wie auch die Genehmigungsschritte elektronisch per Mailsystem durchgeführt werden soll. Diese Arbeiten mündeten im Mai 2007 im Produktivstart der elektronischen Abwicklung der Rechnungsprüfung beim SWR.

Ziele des Projekts sind zum einen die Beschleunigung des Rechnungsdurchlaufs, zum anderen soll die Transparenz der Geschäftsprozesse an sich erhöht und eine Verbesserung der Buchhaltungsinformationen für verschiedene Bereiche erreicht werden. Des Weiteren soll eine Reduzierung der Aufwände für die Ablage aller buchhalterisch relevanten Unterlagen bis hin zur Vermeidung von Mehrfachablagen in den Fachbereichen herbeigeführt werden.

## 6.3 Olympische Winterspiele in Turin 2006

Die Olympischen Winterspiele 2006 waren der erste große Programmhöhepunkt eines intensiven und erfolgreichen Sportjahres, von dem eine breite Berichterstattung erfolgte.

### Hörfunkdirektion

Der Hörfunk war in den Sportregelsendungen sowie in den Programmflächen mit Unterstützung der Fachredaktion Sport insbesondere von SWR1 in großem Umfang vertreten. So war „SWR1 Der Abend“ bei allen wichtigen Abend-Entscheidungen live dabei. Darüber hinaus wurde ein Abend lang über die deutschen Hoffnungsträger berichtet. Harry Valérien, ein olympiaerprobter Sportkommentator im Ruhestand, wurde im Radioreport porträtiert und in der Sendung „SWR1 Weitwinkel“ vorgestellt. Viele Auszüge aus diesen Sendungen wurden auch im SWR-Worradio cont.ra ausgestrahlt.

Ergänzend dazu gab es in SWR cont.ra über den Tag hinweg Live-Berichterstattungen von den Wettkämpfen, Ergebnisse, Analysen, Reportagen, Hintergründe und Interviews. Die Sendeformen bei cont.ra reichten von kompakten fünfminütigen Olympiasendungen über Magazinsendungen bis hin zu kompetenten Hintergrundsendungen. Dabei nutzte cont.ra die Ressourcen und die Fachkompetenz der ARD-Sportjournalisten vor Ort ebenso wie die Fachkompetenz der SWR-Sportredaktion. Diese war im ARD-Team in Turin präsent. Zudem berichtete die Fachredaktion Sport in all ihren Sendungen umfassend über die Spiele. Der SWR unterstützte den federführenden BR maßgeblich bei der Konzeption und Realisierung des Produktionskonzeptes im International Broadcast Center (IBC) in Turin und an den Wettkampfstätten.

### Fernsehdirektion

Der SWR war im Fernsbereich mit 22 Kollegen, dem zweitgrößten Anteil nach dem BR, im internationalen Fernsehzentrum Turin und an den Wettkampfstätten von Sestrièrè vertreten. Chef vom Dienst, leitende Redakteure und Regisseure in den Kopf-

gruppen, Storymacher, Disponenten, Interviewer, Reporter im Skilanglauf und beim Bob, Live- und Nachrichtenmoderatoren – die Mitarbeiter des SWR waren in ganz verschiedenen Funktionen tätig.

Der Sportchef des SWR, Michael Antwerpes, präsentierte die erfolgreichste Olympiaübertragung, Biathlon 12,5 km Massenstart der Damen in San Sicario, mit einem Marktanteil von 52,9 %. Insgesamt verfolgten durchschnittlich mehr als 4 Millionen Zuschauer die Übertragungen. Die Sendungen im Ersten (4,26 Millionen/20,9 %) erreichten dabei ein etwas größeres Publikum als jene im ZDF (3,84 Millionen/20 %).

Ganz unter produktions- und redaktioneller SWR-Leitung fand die Koordination und Berichterstattung vom Skispringen und der Nordischen Kombination in Pragelato statt, bei der auch der große SWR-Fernseh-Ü-Wagen zum Einsatz kam. Dieser Vertrauensbeweis in Sachen SWR-Wintersportkompetenz begründet sich in der langen Erfahrung und Qualität mit ARD-Übertragungen, denn seit vielen Jahren betreut der SWR alle Skispringen im Ausland federführend für die ARD.

#### Landessenderdirektionen Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz

Da es sich um kein regionales Ereignis handelte, fand die Berichterstattung in den Landesprogrammen im Rahmen der Regelsendungen statt. SWR1 BW berichtete daneben in zahlreichen Beiträgen und Schaltungen, unter besonderer Berücksichtigung der Sportler aus Baden-Württemberg. In der Regelberichterstattung der Nachrichten und Magazine in Hörfunk und Fernsehen in Rheinland-Pfalz spielte das Thema keine dominierende Rolle. Aus dem Land nahmen keine Wintersportler teil. Im Februar 2006 beschränkte sich das Ereignis ganz auf die Nachrichten: RP aktuell und die Hörfunknachrichten SWR1 RP und SWR4 RP berichteten von der Eröffnung und dem Abschluss der Spiele sowie bei deutschen Medaillengewinnen.

#### 6.4 Fußball-Weltmeisterschaft 2006

Das Sportjahr 2006 wurde überstrahlt von der 16. Fußball-Weltmeisterschaft, die vom 9. Juni bis zum 9. Juli 2006 in Deutschland stattfand und zu einem großen Medienereignis wurde.



#### Hörfunkdirektion

Während der WM 2006 gab es in SWR1 täglich mehrstündige Sondersendungen zum Fußball (SWR1 „WM-Stadion“), umgesetzt von einem gemeinsamen Redaktionsteam des Sports und von SWR1 „Der Abend“. Alle deutschen Spiele und das Finale wurden in Vollreportage übertragen. Außerdem unterstützte eine Vielzahl von SWR-Reportern das ARD-Team mit Beiträgen und Reportagen aus dem Sendegebiet. Auf ARD-Ebene wurde unter der Federführung des SWR eine AG Doping etabliert, die die Berichterstattung zum Thema Doping organisierte und koordinierte. In SWR cont.ra lief während der WM ein umfassendes und breites Angebot. Neben den 21 wichtigsten Spielen als Vollreportage wurden zahlreiche Sondersendungen in das Programmschema integriert. So gab es mehrmals am Tag Sendungen mit Hintergründen, Expertenmeinungen, Analysen und bunten Geschichten vom Spielfeldrand.

Mit seiner Comedy-Serie „SWR3 Klinscamp“ begleitete SWR3 vor und während der Weltmeisterschaft das Weltereignis auf witzige und unterhaltsame Weise. Mit der Programmaktion „SWR3 Megakick“ in 60 Städten des Sendegebiets stimmte SWR3 seine Hörer bereits im Vorfeld auf die Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland ein. Um das Motto „Zu Gast bei Freunden“ zu unterstützen und ausländischen Besuchern den bestmöglichen Service zu bieten, sendete SWR3 seinen Verkehrsservice während der Fußball-Weltmeisterschaft passend zu den jeweiligen Begegnungen im Sendegebiet in Französisch, Kroatisch, Niederländisch, Spanisch und Englisch.

#### Fernsehdirektion

Unter dem Motto „2006. Wir sind dabei“ machte ein täglicher „WM-Countdown“ mit kurzen Geschichten rund um die Fußball-WM den Zuschauern bereits 100 Tage vor dem Eröffnungsspiel Lust auf das sportliche Großereignis im SWR Fernsehen. Sieben Folgen des eigens entwickelten Unterhaltungsformats „Das Spiel der Weltmeister“ sowie eine WM-Show in Kaiserslautern gehörten ebenso zu den Angeboten des SWR Fernsehens wie Berichte vom Public-Viewing, Features und Sondersendungen.

Die ARD setzte auf Kompetenz und die Nähe zum Sport. Der SWR war im ARD-WM-Team qualitativ und quantitativ sehr gut vertreten. Sportchef Michael Antwerpes moderierte aus den Stadien, Volker Kottkamp zog als Chef vom Dienst in der Kölner Zentrale die Fäden, Jürgen Schmidt war einer der Autoren des WM-Rückblicks und hinter den Kulissen besetzten etliche SWR-Kollegen Schlüsselstellen. So lag beim SWR-Produktionsbetrieb die Verantwortung für die Übertragung aus dem Stuttgarter Gottlieb-Daimler-Stadion. Des Weiteren ermöglichte die SWR-Crew, dass vor dem Spiel um Platz drei die ARD-„Sportschau“ live vom Stuttgarter Schlossplatz gesendet wurde. Selbst in Sönke Wortmanns Kinofilm „Deutschland – ein Sommermärchen“ tauchten Bilder auf, die SWR-Kollegen in Stuttgart gedreht hatten.

#### Landessenderdirektion Baden-Württemberg

Die emotionale Hochstimmung, die die deutsche Nationalmannschaft bis ins kleine Finale begleitete, prägte auch SWR1 BW. Als einziges Massenprogramm der ARD übertrug SWR1 alle Spiele der deutschen Mannschaft und das Finalspiel in Vollreportage. Die Sendung „SWR1 WM-Stadion“ berichtete jeden Abend ab 18:00 Uhr über die WM. Im Tagesprogramm von SWR1 BW waren darüber hinaus zahlreiche Geschichten rund um die WM und die Gastmannschaften zu hören. In Baden-Württemberg bezogen die Mannschaften aus den Niederlanden, England, Iran, Togo, Australien, Costa Rica ihr Quartier, womit sich für das Landesprogramm SWR1 die Gelegenheit bot, aus den jeweiligen Quartieren umfassend zu berichten (Hinterzarten, Bühler Höhe, Friedrichshafen, Wangen, Öhringen, Walldorf).

Ein besonderes Highlight waren die sechs WM-Spiele, die im Gottlieb-Daimler-Stadion in Stuttgart ausgetragen wurden. Des Weiteren begleitete SWR1 BW die gesamte WM mit einem Public-Viewing auf dem Stuttgarter Schlossplatz, das 1,5 Millionen Menschen verfolgten.

Im Hinblick auf seine Zuhörerschaft veränderte SWR4 BW seine Programmstruktur für die Dauer der Fußball-WM nicht. Da SWR1 BW die WM ausführlich begleitete, fand die Berichterstattung in SWR4 BW in kleinerem Umfang statt, um anderweitig interessierten Zuhörern eine Alternative zu bieten. Dennoch wurde im normalen Sendungsverlauf über Spiele und Ergebnisse informiert. Darüber hinaus komplettierten bunte Beiträge zur WM das Programm.

An allen 31 WM-Tagen gab es jeweils eine WM-Ecke in den „Baden-Württemberg Aktuell“-Ausgaben um 18:00, 19:45 und 21:45 Uhr. Dabei ging der Fokus über das rein sportliche Thema hinaus. Vielmehr wurden die Effekte des einmaligen Ereignisses auf alle Bereiche des Landes – von Kultur über Wirtschaft bis hin zur Politik – dargestellt. Umgesetzt wurde dies durch Interviews sowie Live-Schalten direkt von der zentralen Veranstaltung auf dem Stuttgarter Schlossplatz und zu den parallelen Public-Viewing-Stationen im Land und zur Mercedes-Benz-Welt (Museum und Kundenzentrum). Ebenfalls täglich berichtete die „Landesschau Baden-Württemberg“. Neben den Live-Schalten zu den verschiedenen Public-Viewings im Land komplettierte eine Vielzahl an Beiträgen aus den Regionalstudios im Land die Berichterstattung. Darüber hinaus wurde im Rahmen zweier WM-Sondersendungen am 19. und 22. Juni 2006 aus der Daimler-Chrysler-Lounge mit prominenten Gästen über das Ereignis gesprochen.

### Landessenderdirektion Rheinland-Pfalz

Lange im Vorfeld wurde das gesamtgesellschaftliche Ereignis dem publizistischen Auftrag entsprechend umfassend geplant, um es in allen Facetten im Programm abzubilden. Dabei oblag der Landessenderdirektion Rheinland-Pfalz neben der Berichterstattung in den eigenen Landesprogrammen auch die Funktion, die Bereiche Marketing, Pressearbeit, On-Air-Präsentation Fernsehen und die Berichterstattung in den Hörfunkprogrammen zwischen den verschiedenen Standorten des SWR zu koordinieren. Genreübergreifend wurde in allen Programmen und Formaten sowohl informativ als auch unterhaltsam über und rund um die Spiele berichtet. Darüber hinaus transportierten die Public-Viewing-Events auf dem Stiftsplatz in Kaiserslautern und gezielte Einzelveranstaltungen im Land die WM-Begeisterung breit in die Bevölkerung.

### 6.5 Fusion zur Deutschen Radio Philharmonie Saarbrücken Kaiserslautern



Vor dem Hintergrund notwendiger Kostenreduktionen aufgrund der finanziellen Rahmenbedingungen wurden in der Vergangenheit im Hinblick auf die Zukunftssicherung des Rundfunkorchesters Kaiserslautern (RO) zahlreiche Möglichkeiten betrachtet und bewertet. Dabei wurden neben Optionen wie „Personelle Reduzierung“ oder „Auflösung“ vor allem Fusionsmöglichkeiten mit der Staatsphilharmonie Rheinland-Pfalz oder dem Rundfunksinfonieorchester Saarbrücken (RSO) des Saarländischen Rundfunks (SR) geprüft.

Von herausragender Bedeutung war für den SWR die Frage, wie sich die Erfüllung des Programmauftrags bestmöglich umsetzen lässt. Ergebnis der Prüfung war, dass durch eine rundfunkinterne Fusion der entstehende neue Klangkörper mit seiner Ausrichtung umfassend und dauerhaft die Erfüllung des Programmauftrags sicherstellen kann. Zusätzlich können durch die Fusion neben der langfristigen Bestandssicherung des Klangkörpers und der Fortsetzung seines kulturellen Engagements im Südwesten kurz- und langfristig Kosten reduziert werden. SWR und SR vereinbarten als jeweilige Träger ihrer Orchester RO und RSO diese beiden Orchester zukünftig im Rahmen einer öffentlich-rechtlichen, nichtrechtsfähigen Verwaltungsgemeinschaft als einheitlichen Klangkörper zu führen. Der regelmäßige Spielbetrieb wurde in der Spielzeit 2007/2008 aufgenommen. Die Rundfunkanstalten entsenden dabei die Mitglieder und Beschäftigten entsprechend einem festgelegten Verteilungsschlüssel (SR 66 %, SWR 34 %), der Mitarbeiterzahl und Funktion berücksichtigt.

Ausgehend von ursprünglich 45 Musikern und 8,5 Mitarbeitern im Overhead beim RO und 84 Musikern sowie 13 Mitarbeitern im Overhead beim RSO des SR hat die Deutsche Radio Philharmonie Saarbrücken Kaiserslautern (DRP) mittel- bis langfristig eine Zielgröße von 87 Orchesterstellen und 10,5 Stellen für Orchesterprogrammgestaltung, -produktion und -verwaltung. Der SWR stellt bei Erreichen der Zielgröße künftig 29 Stellen im Orchester und 3,5 im Overhead. Zielsetzung im Rahmen der Personalanpassung zur Erreichung der Zielgröße sind die Vermeidung betriebsbedingter Kündigungen und die Nutzung bestehender sozialverträglicher Instrumente der Personalreduzierung. Die Kosten des Betriebs werden im Verhältnis 66/100 (SR) zu 34/100 (SWR) getragen. Hier von ausgenommen sind die Personalkosten. Aufgrund des Kostenverteilungsschlüssels ergeben sich für den SWR langfristig Einsparungen (vor allem aufgrund reduzierter Personalkosten) in Höhe von 1,9 Millionen Euro, wobei die Realisierung der langfristigen Einsparungen von der Umsetzung des Personalabbaus bis zur angestrebten Zielgröße abhängig ist. Kurzfristig lassen sich beim SWR aufgrund der Reduzierung von Programmkosten Einsparungen in Höhe von 400 000 Euro erzielen.

### 6.6 Umstrukturierungen in der Intendanz

#### Abteilung Medienforschung/Programmstrategie

Aufgrund der Kürzungen des angemeldeten Bedarfs durch die KEF und der weiteren Absenkungen der Gebührenerhöhung durch die Länder musste der SWR für die Gebührenperiode bis 2008 unter hohem Zeitdruck ein massives Einsparvolumen von rund 150 Millionen Euro erwirtschaften. In diesem Zusammenhang hatte sich der SWR das Ziel gesetzt, die Gebührenperiode mit den von

der Politik zugebilligten Mitteln zu bestreiten und dabei eine nachhaltige Beschädigung des Programms zu vermeiden. Daher wurden Strukturen und Organisation innerhalb aller Direktionen überprüft und mehrere Neuorganisationen und Strukturreformen auf den Weg gebracht.

Den Anfang für ein bis heute fortgeführtes Strukturprogramm innerhalb der Intendanz machte die Fusion der Abteilungen Medienforschung und Programmstrategie im Jahr 2004. Die Vorgaben des Intendanten zur Neukonzeption der zusammengeführten, neuen Abteilung Medienforschung/Programmstrategie umfassten die Verschlinkung der Organisationsstruktur, eine Reduktion der Etat- und Personalkosten, eine Aufgabenkritik sowie eine strategische Ausrichtung dieser Einheit.

Im Zuge der Abteilungsfusion konnte zunächst eine Abteilungsleiter- sowie eine Sekretariatsstelle abgebaut werden. Die Zusammenlegung der beiden Abteilungen stand angesichts des geschilderten Hintergrunds vor allem unter Gesichtspunkten wie Kosten- und Personaleinsparungen. In der konkreten Umsetzung konnte ebenfalls eine Optimierung aller Arbeitsabläufe erreicht werden. Arbeitsfelder wie die Bereiche Programmberatung und Programmbewertungsverfahren wurden zusammengeführt und optimiert. In das Programmbewertungsverfahren wurden so die jeweiligen für einen Bereich/ein Programm zuständigen Programmberater einbezogen, wodurch eine „Beratung aus einer Hand“ gewährleistet wurde.

Im Rahmen des Programmbewertungsverfahrens wurden dabei alle jeweils verfügbaren Medienforschungsdaten in den Diskussionsprozess integriert und ermöglichten eine detaillierte Diskussion der Sendeplätze/Programme, die letzten Endes eine optimierte Programmplatz-/Programmentwicklung unterstützt. Alle bisherigen Aufgaben wie zum Beispiel kontinuierliche Datenanalysen und Berichterstattung in den Bereichen Fernsehen, Hörfunk und Online wurden nach dem Abteilungszusammenschluss weiterhin wahrgenommen. Dazu gehört bis heute die Dokumentation und Recherche der Mediendokumentation von medien-spezifischen Informationen insbesondere der Medien- und Programmpolitik des SWR sowie die Resonanz der Presse auf SWR-Produktionen für das ganze Unternehmen. Darüber hinaus lektoriert, redigiert und erstellt die SWR-Mediendokumentation Texte zu medien-spezifischen Themen.

Die Fusion von Medienforschung und Programmstrategie erwies sich als sinnvolle Zusammenführung. Die bis zu diesem Zeitpunkt in den Abteilungen getrennt bearbeiteten Aufgaben riefen Synergiegewinne hervor, welche wiederum zu einem quantitativen und qualitativen Erfolg führten und immer noch führen. Aufgrund der Straffung der Organisation, des Ausstiegs des SWR aus Sonderprojekten und aus der Organisation von Tagungen konnten deutliche Einschnitte im Bereich der Fremdvergabe getätigt werden. Dies war die einzige Möglichkeit, Mittel einzusparen, ohne die Weiterbeschäftigung von langjährigen Mitarbeitern in dieser Abteilung zu gefährden. Damit wurde ein Ziel der Neukonzeption, nämlich die klare Ausrichtung der Medienforschung des SWR auf die Kernaufgabe Programmberatung, verwirklicht. Die Abteilung Medienforschung/Programmstrategie ist seither gut aufgestellt und unterstützt die Intendanz, die Programme, Direktionen und Redaktionen in den Bereichen der Mediendokumentation und Programmberatung.

### **Neustrukturierung der Pressearbeit im SWR**

Seit Beginn des Jahres 2006 verfügt die Pressestelle über eine neue Organisationsstruktur: Waren bislang die verschiedenen Pressebereiche und -mitarbeiter unterschiedlichen Direktionen und Hauptabteilungen zugeordnet, wechselten nun die Mitarbeiter aus Marketing und Programm in die neu strukturierte Abteilung.

Die Neugliederung der Pressestelle war notwendig geworden vor dem Hintergrund der von Politik und Aufsichtsgremien geforderten stärkeren Trennung von Programm und Pressearbeit. Außerdem sollte eine engere Verzahnung der dezentral arbeitenden Presseeinheiten mit der Pressestelle erreicht werden. Um klare Strukturen und Verantwortlichkeiten zu schaffen, wurden die SWR-Pressemitarbeiter im Fernsehen in die Pressestelle integriert. Die programmnahen Einheiten im Hörfunk und in den Landessenderdirektionen wurden fachlich eingebunden. Die Integration der Pressemitarbeiter und die Schaffung klarer Strukturen und Verantwortlichkeiten waren eine Voraussetzung, um eine koordinierte Kommunikation und somit ein einheitlich abgestimmtes Auftreten nach innen und außen zu ermöglichen. Auf Basis einer detaillierten Analyse der bestehenden Strukturen wurde die neue Organisationsstruktur im vergangenen Jahr erarbeitet. Mit wenigen Umzügen innerhalb des Standorts Baden-Baden wurde die Neuorganisation 2006 abgeschlossen.

Die Pressestelle ist künftig in direkter Linie der Hauptabteilung Intendanz//Zentrale Aufgaben zugeordnet. Die Pressestelle gliedert sich somit in drei Bereiche: Unternehmenspresse, Programmpresse sowie Interne Kommunikation. Im Bereich Interne Kommunikation werden die internen Medien Intranet und „print“, das Mitarbeitermagazin, verantwortet.

Zur Unternehmenspresse gehört auch die Redaktion des Unternehmensmagazins „Doppelpfeil“ und die Unternehmenspublikationen („Schriftenreihe“, „Zahlen, Daten, Fakten“, Geschäftsbericht online). In der Programmpresse wird die Pressearbeit für die Programme koordiniert. Auch die Fotoredaktion ist hier angesiedelt. Die Pressemitarbeiter in den Landessendern sind fachlich an den Bereich Programmpresse angebunden, bleiben disziplinarisch aber bei ihren bisherigen Abteilungen. Die Pressearbeit im Hörfunk bleibt in der disziplinarischen Verantwortung der Programme bzw. des Marketings.

Neu ist die Einrichtung des so genannten Pressebüros mit zwei Redakteuren, die die Abteilungsleitung in ihrer Arbeit unterstützen. Das Pressebüro ist erste Anlaufstation für Presseanfragen von außen und von innen. Die Redakteure bündeln medien- und wellenübergreifende Themen. Das Pressebüro plant und setzt große Presseprojekte um. Zudem sichtet und steuert es die SWR-Presse-meldungen. Klarere Strukturen und Verantwortlichkeiten ermöglichen eine koordiniertere Kommunikation. Eine Kommunikation, die gerade in schwierigen Zeiten immer wichtiger wird.

Die Optimierungsmaßnahmen im SWR werden fortgeschrieben. Auch die Organisationsstrukturen des SWR-Marketings wurden überprüft und eine Optimierung eingeleitet. Ziel der Marketingreform ist eine einheitliche Struktur mit einer klaren Gesamtverantwortlichkeit für Strategie, Etat und Personal. Dabei sollen die programmnahe Marketingeinheiten erhalten bleiben, gleichzeitig aber in eine übergeordnete Koordination und Steuerung durch die Intendanz eingebunden werden. Auch die Bündelung der Marketingeinheiten in Rheinland-Pfalz und die Schaffung eines gemeinsamen Fernseh-Marketings sind Reformziele.

Eine der Vorgaben war, dass die Strukturbereinigung ohne Mehrbedarf an Personal und Etatmitteln umzusetzen und mittelfristig Personal einzusparen ist. Damit wurden die Feststellungen der Rechnungshöfe aufgegriffen und die Ergebnisse einer Organisationsüberprüfung durch die hauseigene Revision berücksichtigt. Im Mittelpunkt stand der Auftrag, Programm und Marketing strukturell und organisatorisch voneinander zu trennen und die inhaltliche Zusammenarbeit zwischen beiden Bereichen nach Möglichkeit zu intensivieren. Auch wenn ein Abschluss der Organisationsreform des Marketings bis zum Jahresende geplant ist, sind die Veränderungen damit nicht beendet. Der SWR wird sich weiterhin im Lichte der Unternehmensstrategie neu anpassen und justieren müssen, um die Zukunftsfähigkeit im Interesse seiner Zuschauer und Hörer, aber auch seiner Mitarbeiter für die nächsten Jahre zu sichern.

### 6.7 DVB-T Sachstand der digitalen terrestrischen Verteilung

Die Anfang 2004 auch von der Landesanstalt für Kommunikation (LfK) für das Land Baden-Württemberg unterzeichnete „Vereinbarung zur Einführung des digital terrestrischen Fernsehens (DVB-T) in Hessen, Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg“ sagt aus, dass in Aussicht genommen wird, im Anschluss an die Umstellung im Rhein-Main-Gebiet „im Rhein-Neckar-Gebiet den weiteren Umstieg in Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg vorzunehmen“.

Im September 2005 erfolgte die Freigabe durch die LfK zur Umstellung und nahezu gleichzeitig die Entscheidung der Intendanten von ARD und ZDF zur flächendeckenden Einführung von DVB-T mit dem Ziel, ca. 90 % der Bevölkerung über Dachantennenempfang zu versorgen. Ziel im Südwesten war, in den Startregionen Rhein-Neckar und Stuttgart noch zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 DVB-T einzuführen. Die Beteiligten LfK, Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK), SWR und ZDF waren sich einig, dass DVB-T als eingeführte Technik gelte und in der Öffentlichkeit nachgefragt werde.

Die Federführung des Projektes „DVB-T Südwest“ übernahm der SWR. Im Herbst 2005 erfolgte die telekommunikationsrechtliche Ausschreibung der Netzträgerschaft für die beiden Multiplexe des SWR, die im Frühjahr 2006 dem SWR zugeteilt wurde. Unter großem Zeitdruck wurden von SWR und T-Systems für den SWR-Standort Heidelberg-Königstuhl und den TSI-Standort Stuttgart-Frauenkopf die technische Planung und Vorbereitung der Umstellung durchgeführt. Parallel dazu wurden an die Fachhändler in den betroffenen Gebieten schriftliche Fachinformationen verteilt und in Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg und der LfK Informationsveranstaltungen für die Öffentlichkeit durchgeführt. Auch die Tagespresse wurde mit Informationen versorgt.

Am 17. Mai 2006 erfolgte in den Morgenstunden im Rhein-Neckar-Gebiet schließlich die Umstellung von analogem Fernsehen auf DVB-T, begleitet von einer Pressekonferenz in Mannheim, an der Vertreter der Landesmedienanstalten Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, des Staatsministeriums Baden-Württemberg, des SWR, des ZDF und der T-Systems teilnahmen. Aus technischen Gründen konnte die Umstellung in Stuttgart erst am 22. Mai 2006 erfolgen. Die vom SWR eingerichtete und mit Technikern besetzte Hotline wurde von den Teilnehmern in den ersten Wochen nach der Umstellung rege in Anspruch genommen.

Die Zusammenstellung der Multiplexe mit den Programmen und erforderlichen Service-Informationen erfolgt in einem „DVB-T Multiplex Play Out“. Diese technischen Anlagen sind in räumlicher Nähe zum Play-Out in Baden-Baden aufgebaut.

In den beiden SWR-Multiplexen sind folgende Programme enthalten: ARD Das Erste mit Regionalanteil BW, SWR Landesprogramm Baden-Württemberg, ARTE, Phoenix, das vom SWR verantwortete Programm EinsPlus und die drei Landesprogramme der Nachbaranstalten hr fernsehen, WDR Fernsehen und Bayerisches Fernsehen. Hinzu kommt der Multiplex des ZDF mit den Programmen ZDF, KI.KA im Wechsel mit ZDFdoku und 3sat im Wechsel mit ZDFinfo. Die privaten Veranstalter beteiligen sich im Südwesten trotz der zur Verfügung stehenden Frequenzressourcen nicht an DVB-T.

Seit Beginn der Umstellung in Berlin 2003 wurden nach Angaben des ZVEI (Zentralverband Elektrotechnik- und Elektroindustrie e. V.) nahezu sieben Millionen DVB-T-Geräte an Endverbraucher verkauft, so dass die Einführung von DVB-T mit Recht als Erfolgsgeschichte bezeichnet werden kann. Durch eine Vielzahl von Empfangsgeräten, vor allem für den portablen Empfang mit Batteriebetrieb, eröffnet DVB-T neue Nutzungsmöglichkeiten, die auch für Zweit- oder Drittgeräte interessant sind. Im Digitalisierungsbericht der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten wird die Umstellung auf DVB-T positiv bewertet, nicht nur weil für den Wettbewerb der Übertragungswege die Terrestrik als Korrektiv von großer Bedeutung ist. Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist es der einzige Weg, den Teilnehmer direkt, ohne einen kommerziell kontrollierten Übertragungsweg zu erreichen.

Mitte 2006 fand in Genf die Wellenkonferenz RRC06 zur Neuordnung des bisher für das analoge Fernsehen genutzten Frequenzbereiches statt. Das Ergebnis dieser für ganz Europa und angrenzende Gebiete Asiens und Afrikas geltenden Vorgaben ist eine Umstellung auf digitales Fernsehen. In Europa soll dieser Übergang spätestens bis Ende 2012 abgeschlossen sein. Mitarbeiter der SWR-Frequenzplanung gehörten sowohl den nationalen Vorbereitungsgruppen als auch der nationalen Verhandlungsdelegation an. Allerdings sind die Ergebnisse der Wellenkonferenz „nur“ die Rahmenbedingungen, die als Grundlage für weitere zwischenstaatliche Vereinbarungen dienen.



Es folgten intensive Verhandlungen mit der Schweiz und Frankreich, an denen Frequenzexperten des SWR zusammen mit der Bundesnetzagentur mitverhandelten. Insbesondere die Gespräche mit Frankreich gestalteten sich schwierig, da dort aufgrund der gesetzlichen Rahmenbedingungen kein harter Umstieg, sondern ein mehrjähriger Simulcastbetrieb notwendig ist und daher ein hoher Frequenzbedarf entsteht. Erst im Dezember 2006 konnte das Verhandlungsergebnis zwischen den Verwaltungen Frankreichs und der Bundesrepublik unterschrieben werden und somit kann an der Planung zum weiteren Umstieg von DVB-T im Südwesten 2007 und 2008 weitergearbeitet werden. Nach wie vor ist es das Ziel von SWR und ZDF, diese Umstellung bis Ende 2008 abzuschließen.

## 7. Journalistische Aushängeschilder

ARD® | themenwoche  
Krebs

### 7.1 ARD-Themenwoche Krebs „Leben – was sonst?“

Leben – was sonst?

Nach der Diskussion des BBC Dokuments „Building Public Value“ stimmten die Intendanten im Herbst 2005 der ARD-Strategiegruppe zu, ein entsprechendes Konzept für die gesamte ARD (Hörfunk, Fernsehen, Internet) zu entwickeln. Die publizistische Kraft der ARD sollte in wiederkehrenden Aktionen einen weithin sichtbaren Mehrwert schaffen und damit den Gesellschaftsvertrag der Bürger mit „ihrem“ öffentlich-rechtlichen Rundfunk beleben und erneuern. Vom 2. bis zum 9. April 2006 veranstaltete die ARD ihre erste Themenwoche unter der Federführung des NDR mit dem Titel „Krebs – Leben, was sonst?“. Ziel der Themenwoche war es, den Menschen die Scheu vor einer aktiven Auseinandersetzung mit dem Thema Krebs zu nehmen. Insgesamt strahlte die ARD 304 Programmstunden aus, davon 163 im Fernsehen und 141 im Hörfunk.

#### Hörfunkdirektion

Bei der Gestaltung dieser ersten ARD-Themenwoche konnte auf die Erfahrungen der SWR-Schwerpunkte zurückgegriffen werden. Die SWR-Schwerpunkte entstanden nach der Fusion, um dem neuen Haus SWR Gelegenheit zu geben, seine ganze gebündelte publizistische Kraft, jeweils zu einem wichtigen Thema, auszuspielen und dabei Synergien zu erreichen, die ohne Fusion nicht möglich gewesen wären. Als Beispiel dafür dient das SWR-Angebot für den ARD-Beitragsaustausch im Hörfunk zur Themenwoche „Krebs“: Drei SWR-Fachredaktionen (Wissenschaft; Umwelt und Ernährung; Religion, Kirche und Gesellschaft) erarbeiteten ein auch von den anderen Landesrundfunkanstalten hochgeschätztes, koordiniertes Beitragspaket, das das „schwierige Thema Krebs“ in annähernd 20 Beiträgen aus medizinisch-wissenschaftlicher, lebenspraktischer und ethischer Sicht ausleuchtete. Auch die einzelnen Hörfunkwellen und -programme konnten sowohl bei der Planung als auch bei der programmlichen Umsetzung des Themas der ARD-Public-Value-Woche auf schon eingespielte und bewährte Strukturen im SWR zurückgreifen. Mit einer Bilanz von weit über 120 journalistisch fundierten Beiträgen und Sendungen war die Teilnahme an der ersten ARD-Themenwoche ein großer qualitativer und quantitativer Erfolg.

#### Fernsehdirektion

Mit der Premiere des Fernsehfilms „Ein langer Abschied“ im Ersten bescherte der SWR der Themenwoche einen viel beachteten Höhepunkt und eine überdurchschnittliche Quote. Der Film erzählt die spannende und ergreifende Geschichte eines Ehepaares, dessen Kind unheilbar an Leukämie erkrankt ist und dem im verzweifelten Kampf gegen die Krankheit der Tochter die Liebe abhanden kommt. Der SWR setzte damit sein Engagement für Themenfilme fort, die das Publikum intellektuell wie emotional ansprechen.

Das SWR Fernsehen trug mit insgesamt 15 Programmstunden (Dokumentation, Fiktion, Talk, Ratgeber) zum Erfolg der Themenwoche bei. Der Digitalkanal EinsPlus unter der Federführung SWR schuf mit über 25 Stunden Sendezeit einen vor allem beim jüngeren Publikum wahrgenommenen Schwerpunkt. Mit ca. 30 Programmstunden beteiligten sich fast alle Hörfunkwellen des SWR.

#### Landessenderdirektion Baden-Württemberg

Die ARD-Themenwoche sendete SWR1 BW in der bewährten verdichteten Weise eines Programmschwerpunktes. Allein zwei Leutesendungen zeigten, wie ernst SWR1 BW dieses Thema und die Nähe an den Bedürfnissen der Hörer nimmt. SWR4 BW sendete in der Aktionswoche täglich verschiedene Beiträge in der Sendung „Schlagerkarussell“ um 10:40 Uhr. Dazu beschäftigte sich das Programm auch in anderen Sendestrecken mit dem Thema.

#### Landessenderdirektion Rheinland-Pfalz

Zur ARD-Themenwoche gab es neben der aktuellen und vertiefenden Berichterstattung besonders zwei Schwerpunkte: Die Landesschau Rheinland-Pfalz berücksichtigte das Thema in Form einer Wochenserie sowie mit einem Ratgeber-Schwerpunkt in der Wochenmitte. Begleitend dazu gab es in der ersten Aprilwoche fünf Aktiv-Tage in den Städten Ludwigshafen, Mainz, Kaiserslautern, Trier und Koblenz. Die Off-Air-Aktion zum Thema „Darmkrebsfrüherkennung kann Leben retten“ war eine Initiative der Landesschau Rheinland-Pfalz und der Stiftung LebensBlicke. Die Natursendung „Im Grünen“ widmete sich u. a. den Themen Krebszellen, krebs-erzeugende Umweltgifte, Tierversuchs-Alternativen in der Krebsforschung und Heilkräfte der Natur. SWR4 Rheinland-Pfalz setzte die ARD-Themenwoche Krebs wie folgt um: In allen Regionalstudios und im Landesfunkhaus Mainz wurden zusammen mit der Deutschen Knochenmarkspenderdatei Typisierungen angeboten, um möglichst viele Menschen als potenzielle Stammzellen-Donoren für den Kampf gegen Leukämie zu gewinnen. Prominente Helfer wie Heiner Geißler oder Thomas Anders sorgten in den Studios für einen weiteren Anreiz, an der Typisierung teilzunehmen. Die Aktion wurde öffentlich sehr stark wahrgenommen.

**HA Neue Medien**

ARD.de war von der Redaktionskonferenz Online beauftragt, das journalistische Onlineangebot zur ersten ARD-Themenwoche zu konzipieren, redaktionell zu gestalten sowie grafisch und technisch umzusetzen. Das unter der Adresse „leben.ARD.de“ abrufbare Angebot bot nach dem Muster „Erste Fragen – Erste Antworten“ mit über 60 Beiträgen den Nutzern Orientierung. Fragen zur Krankheit Krebs, zur Prävention und zum Umgang mit der Erkrankung sowie Erkrankten bildeten den Kern des Angebotes. „leben.ARD.de“ konnte und wollte medizinische Fachangebote nicht ersetzen. Vielmehr hatte das Angebot den Mut zur direkten Frage und nahm bewusst die Perspektive des interessierten Laien ein. Die Antworten in Form von Interviews, Berichten und Reportagen wurden jeweils von einer Landesrundfunkanstalt übernommen. So lieferte allein SWR.de über zehn Beiträge zu dem Gemeinschaftsprodukt. Zur vertiefenden Beantwortung einer Fragestellung oder eines Themenkomplexes bot „leben.ARD.de“ Links zu den Fachportalen der Deutschen Krebsgesellschaft oder des Deutschen Krebsforschungszentrums (DKFZ) an. Da „leben.ARD.de“ im Gegensatz zu den flüchtigen Medien Fernsehen und Hörfunk die Informationen länger, strukturierter und zur individuellen Nutzung vorhält, stützt es entscheidend die Absichten, die mit der Themenwoche seitens der ARD verbunden werden: Informationsaufbau und Abbau von Berührungängsten. Der Deutsche Krebsinformationsdienst würdigte das Angebot „leben.ARD.de“ als außerordentlich gelungen.

**7.2 ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“****Hörfunkdirektion**

Aus SWR-Hörfunksicht prägten zwei Aspekte von vornherein die Arbeit an der zweiten ARD-Themenwoche, die vom 14. bis zum 21. April 2007 unter dem Motto „Kinder sind Zukunft“ stattfand. Zum einen war es möglich, auf den Erfahrungen der ersten Themenwoche aufzubauen, zum anderen war der SWR Federführer dieser zweiten Themenwoche. Über 61 Sendestunden widmeten die SWR-Hörfunkprogramme dem Thema. Diese bemerkenswerte Bilanz verdeutlicht, dass die SWR-interne Vernetzung der Hörfunk-Redaktionen über Landes- und Standortgrenzen hinweg einen außerordentlich erfreulichen Stand erreichen konnte. Denn ein erheblicher Teil der von den einzelnen SWR-Hörfunkwellen und -programmen zur Themenwoche gesendeten journalistischen Inhalte stammte aus Redaktionen, die nicht zur jeweiligen Welle gehören und die nicht an deren eigenem Standort angesiedelt sind. Dies trifft in besonderem Maß auf die Arbeit der SWR-Hörfunk-Fachredaktionen, des SWR-Hauptstadtstudios Berlin und der SWR-Auslandskorrespondenten zu.

Das Angebot des SWR bestand aus einem großen, thematisch definierten und koordinierten Paket aus der SWR-Fachredaktion Umwelt und Ernährung, das sich z. B. mit Fragen der Kinderernährung und -gesundheit auseinandersetzte. Darüber hinaus organisierte, koordinierte und bestückte das SWR-Hauptstadtstudio Berlin als Federführer zusammen mit den vertretenen Landesrundfunkanstalten ein spezielles Beitragspaket zur Themenwoche, das aus Informationsstücken über gesetzliche und sonstige Regelungen im Bereich Kinder, Jugend und Familie bestand. Viele Hörfunkwellen und -programme im SWR, andere Landesrundfunkanstalten und die ARD sendeten die Beiträge.

Eine große journalistische und organisatorische Herausforderung war die ARD-Themenwoche auch für „SWR1 Der Abend“. Die Themensetzungen gingen von den Bildungschancen für Kinder über Sport und Ernährung bis hin zum Thema Kinder und Kultur. Off-Air initiierte „SWR1 Der Abend“ eine Reihe von Aktionen mit unterschiedlichen Partnern aus dem SWR-Sendegebiet wie dem Verleger Frieder Burda oder dem Karlsruher SC. Ein großer Erfolg war die vom SWR1 Abend organisierte „Medien-Infobörse“, bei der sich alle SWR-Hörfunkprogramme, das Internet und die Landesschau sowie einige Zeitungen und Verlage aus dem SWR-Sendegebiet etwa 170 Schülern vorstellten und alle Fragen rund um das Berufsfeld des jeweiligen Mediums beantworteten. Diese Aktionen wurden jeweils von einem Reporter begleitet und in der Sendung „SWR1 Der Abend“ abgebildet.

**Fernsehdirektion**

Die ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“ unter der Federführung des SWR verdient das Prädikat „publizistisches Großereignis“ sowohl in qualitativer als auch in quantitativer Hinsicht. Es wurde nicht nur das Sendevolumen in Hörfunk und Fernsehen gegenüber der ersten Themenwoche ausgeweitet, es gelang auch, vielfältige Kontakte zum Publikum zu knüpfen. Dafür sorgten der bundesweite Aktionstag, Mitmachaktionen wie die „Herzenssache“ des SWR, interaktive Angebote bei ARD.de und im ARD-Text und natürlich die Programme selbst. Kinder und Erwachsene wurden intensiv einbezogen – in Telefonaktionen, mit Berichten von Kinderreportern oder gar mit Beteiligung einer ganzen Kinderredaktion. Im Fernsehen beteiligten sich neben dem Ersten und allen Dritten Programmen auch die kooperierenden Kanäle KI.KA, Phoenix und ARTE und mit insgesamt 173 Sendestunden besonders intensiv die Digitalkanäle EinsExtra, EinsFestival und EinsPlus.

Zu den Programmhöhepunkten der Fernsehdirektion im Ersten zählte der Fernsehfilm „Die andere Hälfte des Glücks“ sowie das Fußball-Länderspiel U 15 „Deutschland – Schweiz“ live aus Stuttgart. Am „Tag des Schulfußballs“ spielten die beiden Mannschaften vor einem begeisterten Publikum (10 000 Schüler im Stadion). Die „Tigerentenreporter“ des SWR erzählten Geschichten rund um das Spiel. Die Dokumentation des SWR „Was Hänschen nicht lernt ...“ rief eine starke, positive Zuschauerreaktion hervor.

Die Dritten Programme trugen insgesamt mit ca. 280 Programmstunden zum Erfolg der Themenwoche bei. Dabei lag der SWR mit 80 Programmstunden an der Spitze. Kein „Sendegefäß“ – vom frühen Nachmittag mit „Kaffee oder Tee“, den Vorabendprogrammen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, hier insbesondere den Landesschau-Ausgaben, bis hin zum Hauptabendprogramm – ließ sich die Chance entgehen, dabei zu sein.

### Landessenderdirektion Baden-Württemberg

SWR1 BW berichtete beispielsweise über das Leben in einer Großfamilie, über Freud und Leid in Pflegefamilien, die École Maternelle im Elsass, Politikerinnen mit Kindern. Lern- und Entwicklungsfragen bei Kindern wurden in „SWR1 Leute“ mit Prof. Manfred Spitzer, Psychiater und Neurologe der Universität Ulm, beantwortet. Für den Tag der offenen Tür bei Einrichtungen der Kinder-, Jugend- und Familienpflege warb SWR1 BW und berichtete wie auch SWR4 BW an dem betreffenden Samstag mehrfach.

Bereits im Vorfeld wurde in SWR4 BW durch verschiedene Trailer auf das Thema „Kinder sind Zukunft“ hingewiesen. Im eigentlichen Berichtszeitraum arbeitete SWR4 BW umfangreich in Beiträgen das Schwerpunktthema auf. Die Landesschau BW zeigte fünf Kinderleben im Land: Porträts von Kindern in ihrem häuslichen und schulischen Umfeld. So erfuhren die Landesschau-Zuschauer alles über einen Tag im katholischen Kinderhaus St. Stefan in Stuttgart. Mit der elfjährigen Anna zeigte die Landesschau, wie das Leben einer Bauertochter heute auf dem Land aussieht.

Auch die neuen gesellschaftlichen familiären Verhältnisse spielten eine große Rolle: Am Beispiel von Lisa wurde gezeigt, wie das Leben in einer Patchworkfamilie aussieht. In den großen Städten Baden-Württembergs beträgt der Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund mittlerweile fast 40 %. Vor diesem Hintergrund wurden Banu und ihre türkische Familie porträtiert. Die Landesschau Baden-Württemberg fragte nach, was Kinder heutzutage in ihrer Freizeit machen. Kinder sollten für sich selber sprechen und für möglichst viele Regionen des Landes Baden-Württemberg stehen. Alle Beiträge wurden im Gesamtprogramm sowie in SWR1 BW im Radio beworben.

Abgerundet aus Sicht der Landesprogramme wurde die Themenwoche mit zwei 30-minütigen Formaten, jeweils der „Landesschau unterwegs“ an den Samstagen vor und nach der Programmaktion (19:15 bis 19:45 Uhr). Durch viele Beispiele wurde gezeigt, wie sich das Leben als Kind in den letzten 50 Jahren in Baden-Württemberg veränderte. Welche Unterschiede es im Vergleich zu damals in der Schule, im familiären Leben und in den Erwartungen an die Zukunft gibt. Insgesamt sollte Mut gemacht werden, mit Kindern zu leben.

### Landessenderdirektion Rheinland-Pfalz

Innerhalb der Landessenderdirektion beteiligte sich die HA Land und Leute mit fast allen Sendeplätzen an der ARD-Themenwoche „Kinder sind Zukunft“, so in den Sendungen Landesschau Rheinland-Pfalz, Landesart, Hierzuland, Viertel nach sechs, Mensch Leute, FesteFeiern, L wie Lafer, Fröhlicher Weinberg, Im Grünen, Reiss & Leute und Fahr mal hin. Somit konnte das Thema in all seinen Facetten intensiv und nachhaltig transportiert werden.

SWR1 RP hat sich in der gesamten Woche intensiv um die älteren Kinder und Jugendlichen der SWR1-Hörer gekümmert. Die Themenpalette war sehr breit angelegt: Ausbildungswünsche richtig fördern, sinnvoller Umgang mit den Medien oder die Vorstellung eines Mehrgenerationen-Projekts in der Eifel. Im Rahmen eines Service-Schwerpunkts wurde ganztägig über das Thema Ausbildung berichtet. Es gab auch viele mutmachende Beispiele über Menschen, die sich auch mit einem brüchigen und eher „schrägen“ Lebenslauf zu erfolgreichen Persönlichkeiten z. B. des öffentlichen Lebens entwickelt haben. Im Studio standen Fachleute zur Verfügung, die sich mit den Fragen und Nachfragen der SWR1-Hörer auseinandersetzten. Mit im wahrsten Sinne des Wortes „falsch verstandenen“ kindlichen Hör-Erlebnissen ist der Autor und Kolumnist der Süddeutschen Zeitung, Axel Hacke, berühmt geworden – er war im Rahmen der ARD-Woche „Kinder sind Zukunft“ unser „SWR1-Leute“-Gast in einer bemerkenswerten Sendung.

Bei SWR4 RP stand im ARD-Kinder-Schwerpunkt die Zukunft im Mittelpunkt: Mit vielen Reportagen und Beiträgen über Kinder aus Rheinland-Pfalz, über Mütter und Töchter einer Drei-Generationen-Familie und über die Aktionen rund um den Tag der offenen Tür in Rheinland-Pfalz. Kinderreporter haben selber über ihre Welt, ihre Themen und ihre Sicht auf die Dinge berichtet. So zum Beispiel beschäftigte sich eine Kinderreportage mit dem Thema, warum es so viele Kommunikationsprobleme zwischen Eltern und Kindern gibt.

### HA Neue Medien

Mit mehr als 100 Reportagen, Experten-Interviews, Hintergrundberichten, Fotogalerien sowie Audio- und Video-Filmen leistete das von ARD.de verantwortete Onlineangebot „Kinder-sind-Zukunft.ARD.de“ einen wertvollen Beitrag zur zweiten ARD-Themenwoche. Neben dem inhaltlichen Schwerpunkt lag der Fokus des Angebots auf Interaktivität und Kommunikation mit dem Nutzer. Ziel des in der ARD und von der Fachwelt hochgelobten Angebotes war, dass sich die Bürger mit ihren Erfahrungen und Meinungen zu den behandelten Themen direkt äußern konnten, die ARD also einen „Rückkanal“ zu ihren Beiträgen anbietet. Mehrere tausend Bürger nahmen dieses Angebot wahr.

„Kinder-sind-Zukunft.ARD.de“ griff zudem die aktuellen Entwicklungen im Web 2.0 auf und setzte diese redaktionell sinnvoll ein. Neben der Teilhabe der Nutzer über die erwähnte Kommentarfunktion richtete sich der Wettbewerb „tell.a.vision2050“ gezielt an Kinder und Jugendliche. Viele Schulklassen – von der Grundschule bis zum Gymnasium – nahmen an dem Wettbewerb teil. Sie konzipierten und produzierten Video-Clips zum Thema „Leben im Jahr 2050“, die in das Angebot eingestellt wurden. Eine weitere Beteiligungsmöglichkeit war das „Familienalbum Deutschland 07“. Hier konnten die Nutzer ihr „liebstes Familienbild“ hochladen und schafften das wohl größte Familienalbum im Internet. Das gemeinschaftliche Angebot, für das SWR.de wieder mehr als zehn Beiträge produzierte, wurde allein in der Themenwoche mehr als 1,5 Millionen Mal besucht und hält die Inhalte weiterhin zur zeit-souveränen Nutzung vor.

### 7.3 SWR-Themenwoche „Islam – so nah, so fremd“

Mit dem Programmschwerpunkt „Islam – so nah, so fremd“ gab der SWR vom 22. bis zum 29. Oktober 2006 neue Impulse für die öffentliche Debatte über den Islam, informierte über Religion, Kultur und Politik und zeigte Wege zum Dialog.

#### Hörfunkdirektion

Durch intensive Gespräche vor allem zwischen den HF-Programmen und allen beteiligten Redaktionen an den Standorten Stuttgart, Mainz und Baden-Baden konnte das Thema durch Reportagen, Dokumentationen und Stichwörter für alle Wellen programmkonform umgesetzt werden. Vor allem die Arbeit der Fachredaktionen mit Sitz in Baden-Baden und Stuttgart war für die Umsetzung des Schwerpunkts in allen Programmen wichtig. Die Kooperation mit der Online-Redaktion am Standort Mainz bot allen Nutzern der Radio- und Fernseh-Angebote wertvolle Hintergrund- und Zusatzinformationen. Die SWR-Themenwoche zeigte deutlich, dass Synergie und Kooperationen der einzelnen Standorte und der programmübergreifenden Fachredaktionen erfolgreich zur Profilierung aller SWR-Programme in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz beitragen.

#### Fernsehdirektion

Unter Federführung der Abteilung Ausland/Europa eröffnete das SWR Fernsehen „Unser Drittes“ die Themenwoche bereits am 18. Oktober in der Reihe „Auslandsreporter“ mit der Dokumentation „Der Heilige Zorn der Muslime“. Ab 23. Oktober zeigte das SWR Fernsehen in zahlreichen Sendungen täglich Reportagen, Dokumentationen und Berichte rund um das Thema Islam und schlug dabei einen weiten Bogen: Von Marcus Veters dokumentarischem Familienporträt „Mein Vater, der Türke“ bis zur zweiseitigen Geschichte einer Döner-Fabrik in der Pfalz, „Die Dönerqueen“. „Leben live – Nix Deutsch“ zeigte die alltäglichen Mühen um die Integration an einer Schule. Eindrucksvoll begleitete die Dokumentation „Mit Gottes und Allahs Segen“ die Liebe zweier christlich-muslimischer Hochzeitspaare. „Auf Pilgerfahrt ins Paradies“ bis nach Mekka ging es in der langen Dokumentation in der Donnerstagnacht. Die Angst vor dem Islam thematisierten der Spielfilm „Folgeschäden“ und ein „Südwest extra“ mit Gästen aus Politik, Religionswissenschaft und Theologie. Im „Auslandsreporter“ berichteten am 25. Oktober SWR-Korrespondenten in einer Gruppenreportage über die Situation von Muslimen in Frankreich, Marokko und der Schweiz. Thea Dorn hatte in „Literatur im Foyer“ am 27. Oktober die sich als kritische Muslima verstehende Somalierin Ayaan Hirsi Ali zu Gast.

#### Landessenderdirektion Baden-Württemberg

In SWR1 BW gab es zwei spezielle Leute-Sendungen. Zunächst war Aiman Mazyek, Generalsekretär des Zentralrats der Muslime in Deutschland, zu Gast bei Stefan Siller. Intendant Prof. Voß sprach zwei Tage später vor allem über die Rolle eines Medienunternehmens bei der Integration von Muslimen. Aus dieser Sendung mit Wolfgang Heim stammt die Forderung von Prof. Voß, Muslime müssten im SWR-Rundfunkrat vertreten sein und einen Platz bei den kirchlichen Verkündigungssendungen bekommen.

Darüber stellte SWR1 BW das Leben von Muslimen in Deutschland von möglichst vielen Seiten dar und ging der Frage nach, woher die Gewalt in der Auseinandersetzung mit der westlichen Welt kommt. Im „Thema heute: Baden-Württemberg“ hatte SWR1 BW eine halbstündige Sendung über Städtepartnerschaften von Städten aus dem Land mit Städten in islamischen Staaten im Programm. Auch in SWR4 BW wurde die Themenwoche mit verschiedenen Beiträgen umgesetzt. Aufgrund der Zielgruppe konzentrierte sich dort die Berichterstattung auf wesentliche Grundsatzfragen zum Islam. Die Resonanz der Hörer war in beiden Landesprogrammen positiv. Aus der Redaktion Landesfeature lief die Dokumentation „Haltestelle Stuttgart Nord – das Einwandererviertel auf der Prag“. Darüber hinaus konnte die Redaktion drei Filme im Schulfernsehen platzieren („Geboren zwischen zwei Welten – Gastarbeiterrenkel und ihre Großeltern“, „Türkische Hochzeitsreisende“ und „Ehrenmorde“) und damit auch für Lehrer zugänglich machen. Die „Landesschau Baden-Württemberg“ lud im Rahmen der Themenwoche den Islamwissenschaftler und Hörfunkkorrespondenten Reinhard Baumgarten zum Studiogespräch ein. Darin berichtete er unter anderem über seine alltäglichen Erfahrungen mit Muslimen in Kairo, wo er fünf Jahre lang mit seiner Familie lebte. Darüber hinaus machte ein filmisches Portrait einer Islamlehrerin in Offenburg deutlich, wie schwierig es ist, diesen Lehrauftrag zu erfüllen. Ebenso wurde in der „Landesschau Baden-Württemberg“ über den Tag der offenen Moschee berichtet, der einem besseren Verständnis zwischen den verschiedenen Religionsgemeinschaften dienen sollte. Vor dem Hintergrund der Diskussion um das Zusammenleben mit Muslimen in der Gesellschaft bekam auch der Bericht zum Treffen der Religionslehrer mit Erzbischof Zollitsch in Freiburg eine aktuelle Brisanz. In den Gesprächen wurde diskutiert, wie man in Zeiten von verstärkten Kirchenaustritten und islamischem Fundamentalismus den Kindern frühzeitig religiöse Werte vermitteln kann. Auch die Nachrichtenredaktion begleitete die Schwerpunktwoche Islam. In der „Ländersache“-Sendung am 26. Oktober wurde ein Bericht über eine türkische Polizistin in Heidelberg gesendet. Das Hauptaugenmerk lag hierbei darauf, wie die junge muslimische Frau ihren Glauben mit ihrem Alltag in Einklang bringt.

#### Landessenderdirektion Rheinland-Pfalz

Die Themenwoche Islam bildete sich innerhalb der Landessenderdirektion RP vor allem in der aktuellen, hintergründigen und vertiefenden Berichterstattung ab. Im Fernsehen wie im Hörfunk wurde das Miteinander und die Schwierigkeiten der Integration in Reportagen und Berichten umgesetzt. SWR4 strahlte bereits im Vorfeld eine Reportagereihe unter dem Titel „Doppelte Heimat“ aus. Darin begleitete eine SWR4-Reporterin eine türkische Familie beim Türkei-Urlaub und zeigte so beispielhaft das Zerrissensein zwischen zwei Welten, zwei Heimaten und zwei Religionen auf.

#### 7.4 „Nicht alle waren Mörder“

Es war eines der großen Fernsehereignisse der ARD im Jahr 2006 und zugleich der wichtigste Fernsehfilm, den die SWR-Fernsehdirektion seit „Stauffenberg“ für Das Erste realisierte: „Nicht alle waren Mörder“ inszeniert von Jo Baier, der auch das Drehbuch nach den gleichnamigen Kindheitserinnerungen des Schauspielers Michael Degen schrieb, ausgestrahlt an Allerheiligen 2006 zur besten Sendezeit im Ersten. Der Film erzählt die wahre Geschichte vom Überleben des jungen Michael (gespielt von Aaron Altaras) und seiner Mutter Anna Degen (Nadja Uhl) im Berliner Untergrund in den Jahren 1943 bis 1945.

Der Film beleuchtet einen im deutschen Fernsehen bislang vernachlässigten doppelten Aspekt der Shoah: Er setzt den Verfolgten des NS-Regimes ein Denkmal, denen es gelungen ist, sich zu verstecken und im Untergrund zu überleben. Zugleich würdigt er diejenigen Deutschen, die unter Lebensgefahr Menschen wie Michael und Anna Degen Unterschlupf boten oder ihnen zur Flucht verhelfen. Für den Historiker Peter Steinbach, der die Entstehung des Films wissenschaftlich beriet und begleitete, rückt Jo Baiers Film endlich den Verdienst dieser in der jüdischen Forschung längst als „Gerechte“ bezeichneten Helfer ins rechte Licht.

Michael und Anna Degen begegnen auf ihrer Odyssee einer merkwürdigen Mischung von Menschen, die aus unterschiedlichen Motiven helfen und sich nicht immer als vertrauenswürdig erweisen. Mit Hannelore Elsner, Katharina Thalbach, Maria Simon, Axel Prahl, Richy Müller und Dagmar Manzel spielen einige der besten und bekanntesten deutschen Schauspieler diese Helfer in all ihrer Widersprüchlichkeit.

Der Film spricht jüngere wie ältere Zuschauer an und eignet sich hervorragend zum Einsatz in Schulen und Bildungseinrichtungen. Wie bereits erwähnt bot der SWR 12 000 weiterführenden Schulen in Deutschland eine DVD des Films sowie des begleitenden Online-Angebots kostenlos an. Inzwischen haben annähernd 5 000 Schulen eine DVD bestellt.

Im von swr.de erstellten Online-Special steht dieser Generationendialog im Mittelpunkt. Michael Degen schildert darin persönlich seine Kindheit im Dritten Reich. Degen erzählt seine Geschichte im Dialog. Er antwortet auf Fragen eines zehn Jahre alten Jungen: Aaron Altaras, Hauptdarsteller des Films „Nicht alle waren Mörder“, will begreifen, was geschehen ist. Wie hat Michael es geschafft zu überleben? Menschen haben ihm dabei geholfen – was hat das für Michael bedeutet? Und was geht mich das heute noch an?

Neugierig, hellwach, unaufgeregt, aber spontan mitfühlend – so begegnet Aaron dem Menschen Michael Degen, hört ihm zu, diskutiert mit ihm. Den Dialog mit Aaron können die Nutzer in Bild und Ton mitverfolgen und dabei sein, wenn Michael Degen sich an sein Leben im Versteck erinnert. Das Gespräch wird auch als Podcast zum Downloaden angeboten. Flash-Film-Sequenzen lassen zusätzlich wichtige Szenen lebendig werden. Die Website macht Erinnerung erlebbar und erzählt Geschichte auf neue Weise. Sie zeigt bisher unbekannt Schicksale untergetauchter Juden und ihrer Helfer und bietet Texte zum historischen Hintergrund an, ein Glossar erläutert wichtige Begriffe.

Redakteure der SWR-Fernsehfilmredaktion nahmen als Referenten an Lehrerfortbildungen teil, Schulklassen besuchten den SWR in Baden-Baden und diskutierten mit der Redaktion über den Film, welcher bereits mehrfach ausgezeichnet wurde: mit dem „Marler Publikumspreis“ im Rahmen des Grimme-Preises 2007 und mit dem „Monaco Red Cross Award“ beim Internationalen Fernsehfilmfestival von Monte-Carlo für die herausragende Übermittlung humanitärer Werte. All dies zeigt, dass der Aufwand sich für den SWR und seine Koproduktionspartner BR, Degeto und RBB sowie die Filmförderanstalten der Länder Baden-Württemberg und Bayern gelohnt hat.

### 8. Die wirtschaftliche Lage des Südwestrundfunks in den Jahren 2004 bis 2008

#### 8.1 Erläuterungen zu den Erträgen/Aufwendungen/Betriebsergebnis

Für die abgeschlossenen Geschäftsjahre 2004, 2005, 2006 werden die Zahlen aus den geprüften Jahresabschlüssen und für das Jahr 2007 die Zahlen des verabschiedeten Haushaltsplans dargestellt und erläutert. Für das Jahr 2008 wird die Mittelfristige Finanzplanung des SWR herangezogen.

#### Erläuterungen zu den Erträgen

Fundament der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland sind die Rundfunkgebühren. Die Grundlage für die dem SWR zufließenden Rundfunkgebühren war für das Jahr 2004 die im Fünften Rundfunkänderungsstaatsvertrag festgelegte Gesamtgebühr von 16,15 Euro. Mit dem Achten Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurde die Grundgebühr zum 1. April 2005 um 0,20 Euro auf 5,52 Euro und die Fernsehgebühr um 0,68 Euro auf 11,51 Euro erhöht. Die Gesamtgebühr beläuft sich seit diesem Zeitpunkt auf 17,03 Euro. Die Gebührenerhöhung entspricht damit 0,88 Euro wobei 0,07 Euro als Ausgleich für die Verschiebung der Gebührenerhöhung auf den 1. April 2005 kalkuliert sind. Durch die Anhebung der Gebühr zum 1. April 2005 wirkte sich die neue Gebühr im Jahr 2005 nur anteilig aus, die Gebührenerträge des Jahres 2006 und die Planungen für die Jahre 2007 und 2008 basieren in vollem Umfang auf der neuen Gebühr.

Neben den Hörfunk- und Fernsehgebühren stehen dem SWR aufgrund der Regelungen in den Landesmediengesetzen Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz auch Rückflüsse aus Gebührenmitteln der jeweiligen Landesmedienanstalten zu. Sie werden zur anteiligen Finanzierung der Film- und Mediengesellschaft Baden-Württemberg und zur Förderung kultureller Veranstaltungen wie z. B. der Schwetzingen Festspiele, der Donaueschinger Musiktage und des Mannheimer Filmfestes verwendet. Sowohl der Anteil der Landesmedienanstalten an den Gebührenerträgen als auch der Rückfluss von den Landesmedienanstalten an den SWR sind abhängig von der Gebührenhöhe und steigen entsprechend im Betrachtungszeitraum mit der Gesamtgebührenhöhe.

Die Bestandsveränderungen ergeben sich aus der Differenz zwischen den Aufwendungen für die Programmherstellung bzw. Programmbeschaffung und dem Sendeaufwand eines Jahres. Als Saldoposition ist diese Größe im Jahresvergleich erheblichen Schwankungen unterworfen. Die für die Jahre 2007 und 2008 ausgewiesenen Werte betreffen die SWR-Anteile an dem von der Degeto Film GmbH beschafften, gemeinschaftlichen Filmvermögen der ARD. Veränderungen des SWR-eigenen Programmbestandes werden nicht geplant und schlagen sich deshalb nur in den Ist-Werten der Jahre 2004 bis 2006 nieder.

Die sonstigen betrieblichen Erträge unterliegen im Berichtszeitraum starken Schwankungen durch Sondereinflüsse. In den Jahren 2004 bis 2006 kommt es im Vergleich mit den Folgejahren zu Mehrerträgen aus der Kostenerstattung der Werbetochter (Südwest Werbung GmbH/ab 2006 verschmolzen auf SWR Media Services GmbH), da in diesem Zeitraum die Zuständigkeit für die Beschaffung des Vorabendprogramms in mehreren Schritten auf die Werbetochter übergeht. Im Jahr 2004 trug der SWR selbst noch die gesamten Kosten des Vorabendprogramms und erhielt dafür auch in vollem Umfang Kostenerstattungen von seiner Werbetochter.

Im Jahr 2005 ging die Verantwortung für die Neubeschaffung von Vorabendproduktionen an die Werbetochter über. Allerdings wurden die zu diesem Zeitpunkt bereits begonnenen Produktionen vereinbarungsgemäß noch über den SWR abgewickelt. Der schrittweise Übergang der Zuständigkeit war verbunden mit einer sukzessiven Reduzierung der Kostenerstattungen von der Werbetochter. Im Jahr 2006 wurde diese sinkende Kostenerstattung durch zusätzliche Erträge im Zusammenhang mit mehreren Sportgroßveranstaltungen wie etwa den Olympischen Winterspiele in Turin und der Fußball-Weltmeisterschaft im eigenen Land kompensiert. Darüber hinaus kam es auch durch eine Auflösung von nicht mehr benötigten Rückstellungen, u. a. für Sportrechte und Hoheitsaufgaben, zu einmaligen Mehrerträgen.

Mit dem Abschluss des Jahres 2006 wurden alle noch im SWR begonnenen Vorabendproduktionen abgerechnet und die Abwicklung des gesamten Vorabendprogramms erfolgte in vollem Umfang über die Werbetochter. Verbunden mit dem Wegfall der Sondereinflüsse aus dem Jahr 2006 führte dies zu einer deutlichen Absenkung der sonstigen betrieblichen Erträge ab dem Jahr 2007.

In den Erträgen aus Gewinnabführungsverträgen sind die Beteiligungsergebnisse der verbundenen Unternehmen enthalten. Wesentlicher Bestandteil ist der steuerliche Gewinn der Werbetochter. Dieser entspricht nach der geltenden gesetzlichen Regelung 16 % der Umsatzerlöse aus dem Werbegeschäft. Der hohe Wert des Jahres 2006 ist auf die überdurchschnittliche Umsatzentwicklung im Jahr der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 zurückzuführen.

Bei den Erträgen aus Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens, sonstigen Zinsen und ähnlichen Erträgen führt das jeweilige Zinsniveau zu Schwankungen zwischen einzelnen Berichtsjahren. Aus dem stetigen Anstieg der Pensionsverpflichtungen und dem von der KEF genehmigten Gebührenanteil zur Schließung der Deckungslücke Altersversorgung resultiert langfristig eine Erhöhung des Anlagevolumens und damit eine Erhöhung der Erträge.

**Tabelle 1: Gesamterträge 2004 bis 2008**

Jahr	Erträge in Mio. €	Veränderung gegenüber Vorjahr
2004 Ist	1 076	- 0,19 %
2005 Ist	1 095	+ 1,77 %
2006 Ist	1 129	+ 3,11 %
2007 Plan	1 113	- 1,42 %
2008 Mifrififi	1 122	+ 0,90 %

#### **Erläuterungen zu den Aufwendungen**

Den wesentlichen Einflussfaktor für die Entwicklung der Personalaufwendungen stellen die Tarifabschlüsse für die einzelnen Jahre dar. Für den Berichtszeitraum waren folgende Tarifsteigerungen maßgeblich (gültig bis 31. März 2009):

zum 1. Januar 2004	1,7 %
zum 1. Januar 2005	1,0 %
zum 1. September 2006	1,5 %
zum 1. November 2007	1,3 %.

Daneben führte der mit dem Haushaltsplan 2005 begonnene Umbauprozess im Personalbereich zu einer noch engeren Verzahnung bei der Steuerung der festen und freien Mitarbeiter. Kernpunkte dieses Umbauprozesses sind die Minimierung arbeitsrechtlicher Risiken und die Reduzierung von Ausgaben. Im Rahmen des Prozesses werden frei werdende Planstellen vor dem Hintergrund einer Wiederbesetzung mit bisher freien Mitarbeitern innerhalb des Hauses einzelnen Bereichen gezielt neu zugeordnet. Bei einer durchschnittlichen Wertigkeit von 50 000 Euro pro Planstelle und 50 betroffenen Stellen werden Honorareinsparungen von jährlich 2,5 Millionen Euro erzielt, die sich jährlich durch die Kumulation der Planstellen um dieselbe Summe erhöhen. Unabhängig von dem Umbauprozess wurde im Jahr 2006 die Überführung von 14 bislang freien Mitarbeitern der Gemeinschaftseinrichtung ARD.de in eine Festanstellung vollzogen. Den damit verbundenen, zusätzlichen Personalaufwendungen stehen Einsparungen in den Urheber- und Leistungsvergütungen gegenüber.

Für die Entwicklung der sozialen Abgaben und Aufwendungen für die Altersversorgung sind die Pensionsrückstellungen von entscheidender Bedeutung. Die Anpassung des bei der Ermittlung des Barwertes der Rückstellung verwendeten Abzinsungszinssatzes

an das aktuelle Zinsniveau im Jahr 2005 und die Berücksichtigung der Auswirkungen des 2006 abgeschlossenen, mehrjährigen Tarifvertrages führten zu erheblichen Schwankungen dieser Aufwendungen innerhalb der Berichtsperiode.

Der überwiegende Teil der Programmaufwendungen ist in den Urheber-, Leistungs- und Herstellervergütungen und in den Programmgemeinschaftsaufgaben, Koproduktionen und produktionsbezogenen Fremdleistungen enthalten. Durch verschiedene Schwerpunkte in den Produktionsaktivitäten kommt es innerhalb des Kostenblocks zu erheblichen Verschiebungen zwischen den Jahren. In den Jahren 2004, 2006 und 2008 wirken sich Sportgroßveranstaltungen wie die Olympischen Spiele und Fußball-EM/-WM innerhalb der Programmgemeinschaftsaufgaben mit erheblichen Aufwandssteigerungen aus. Die Entwicklung der Urheber- und Leistungsvergütungen wird in den Ist-Jahren durch die Kostenreduktionen aus dem Umbauprozess Personal beeinflusst. Auch bei den Aufwendungen für Bild-, Ton- und sonstiges Verbrauchsmaterial kommt es produktionsbedingt zu kleineren Schwankungen.

Bei den Leistungen für die Rundfunkversorgung sind in den Jahren 2006 und 2007 zusätzliche Aufwendungen für den Ausbau von DVB-T berücksichtigt. Geplant ist die schrittweise Abdeckung des Sendegebietes. Ferner musste der SWR ab dem Jahr 2007 erhebliche Mehraufwendungen für die analoge terrestrische Programmverbreitung einplanen. Der Anstieg ist auf eine veränderte Verteilung dieser Aufwendungen zwischen den ARD-Anstalten zurückzuführen. Bis einschließlich 2006 wurden die Anteile der Anstalten noch zum Teil nach der Anzahl der Bührenteilnehmer berechnet. Ab dem Jahr 2007 erfolgt die Kostenumlage ausschließlich verursachungsgerecht nach der Anzahl der Senderstandorte. Im SWR-Sendegebiet werden aufgrund der Topografie relativ viele Sender benötigt, wodurch die anteiligen Kosten für die terrestrische Programmverbreitung gegenüber der alten Regelung ansteigen.

Der Rückgang des Ansatzes für Abschreibungen resultiert zum einen aus einer restriktiven Investitionspolitik bei den technischen Anlagen vor dem Hintergrund des anstehenden Neubaus in Stuttgart verbunden mit der sachgerechten Weiternutzung einiger bereits abgeschriebener technischer Anlagen. Zudem erfolgen bei neuen Technologien in immer kürzeren zeitlichen Abständen Teilerneuerungen, die nicht mehr aktiviert werden können, sondern als Instandhaltungsaufwand erfasst werden müssen. Für die Veranschlagung der Kosten des Gebühreneinzugs bildet im Wesentlichen die ARD-einheitliche Planung der Aufwendungen für die GEZ die Grundlage. Daneben sind in dieser Position die Kosten für den anstaltseigenen Gebühreneinzug enthalten. Die Abweichungen bei den übrigen betrieblichen Aufwendungen resultieren insbesondere aus den Schwankungen beim Instandhaltungsaufwand. Der Instandhaltungsaufwand für die Gebäude wird anhand konkreter Projekte geplant und variiert im Zeitablauf. Die Höhe des Ansatzes ist abhängig vom Zustand der Gebäude, von der Dringlichkeit der Instandhaltungsmaßnahme und von weiteren kurzfristigen Einflüssen. Die Zuwendungen zum Finanzausgleich und zur Strukturhilfe beruhen auf vertraglichen Vereinbarungen.

Tabelle 2: Gesamtaufwendungen 2004 bis 2008

Jahr	Aufwand in Mio. €	Veränderungen gegenüber Vorjahr
2004 Ist	1 087	+ 0,37 %
2005 Ist	1 035	- 4,78 %
2006 Ist	1 082	+ 4,54 %
2007 Plan	1 073	- 0,83 %
2008 Mifrifi	1 135	+ 5,78 %

#### Erläuterungen zum Betriebsergebnis

Tabelle 3: Betriebsergebnis 2004 bis 2008

Jahr	Betrag
2004 Ist	Fehlbetrag - 10,3 Mio. €
2005 Ist	Überschuss + 59,4 Mio. €
2006 Ist	Überschuss + 46,8 Mio. €
2007 Plan	Überschuss + 39,9 Mio. €
2008 Mifrifi	Fehlbetrag - 12,8 Mio. €

Die Entwicklung des Betriebsergebnisses hängt maßgeblich von der Höhe und dem Gültigkeitszeitraum der Rundfunkgebühr ab. Am Anfang einer Gebührenperiode werden Überschüsse erwirtschaftet, die zum Ende durch Fehlbeträge aufgezehrt werden. Im Jahr 2004 endete die letzte Gebührenperiode und weist somit planmäßig einen Fehlbetrag aus. Zwischen 2005 und 2007 werden mit der bereits dargestellten Gebührenanpassung in einem ersten Schritt Überschüsse ausgewiesen. Im Jahr 2008 ergibt sich ein Fehlbetrag.

Die Überschüsse/Fehlbeträge sind im zweiten Schritt um die Erträge zur Schließung der Deckungslücke Altersversorgung zu korrigieren, da diese zweckgebundenen Mittel nicht zur Deckung der betrieblichen Aufwendungen verwendet werden können. Sie sind gemäß Vorgabe der KEF zweckgebunden zur Schließung der Deckungslücke und damit für die Aufstockung des Sondervermögens der Altersversorgung einzusetzen. Der Anteil der zweckgebundenen Erträge zur Schließung der Deckungslücke erhöht sich im Berichtszeitraum von 22 (Ist 2004) auf 23,9 Millionen Euro (Mifrifi 2008). Langfristiges Ziel ist, für das bereinigte Betriebsergebnis über die Gebührenperioden hinweg ein ausgeglichenes Ergebnis zu erreichen. Dem sich für die aktuelle Gebührenperiode 2005 bis

2008 ergebenden kumulierten Überschuss steht ein kumulierter Fehlbetrag in der vorhergegangenen Gebührenperiode 2001 bis 2004 gegenüber.

## 8.2 Tabellarische Sicht der Haushaltsentwicklung 2004 bis 2008

Ertrags- und Aufwandsplan	2004 Ist	2005 Ist	2006 Ist	2007 Haushalts- plan	2008 Mifri
	– alle Beträge in Mio. € –				
<b>I. Erträge</b>					
1. Erträge aus Gebühren					
a) Hörfunkgebühren (Grundgebühr)	428,34	448,66	458,05	457,28	456,44
b) Fernsehgebühren (SWR-Anteil)	463,84	482,05	489,63	488,56	488,79
c) Rückflüsse von Landesmedienanstalten	9,39	9,42	10,14	9,84	9,82
Erträge aus Gebühren	901,57	940,13	957,82	955,68	955,05
2. Erhöhung (+) oder Verminderung (–) des Bestandes an fertigen und unfertigen Produktionen	2,74	– 15,69	– 8,47	3,96	3,18
3. Sonstige betriebliche Erträge (davon Ausgleich Deckungslücke Altersversorgung)	124,58 2,31	119,86 2,31	126,42 2,31	105,38 2,31	112,72 2,31
4. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen und Beteiligungen vor Abzug von Anstaltssteuern	11,71	11,95	17,42	10,72	12,48
5. Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens, sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	35,70	38,53	35,94	36,91	38,87
6. Außerordentliche Erträge	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Summe Erträge</b>	<b>1 076,30</b>	<b>1 094,78</b>	<b>1 129,13</b>	<b>1 112,65</b>	<b>1 122,30</b>
<b>II. Aufwendungen</b>					
1. Personalaufwendungen	203,93	203,52	208,48	211,80	211,87
2. Soziale Abgaben, Aufwendungen für Unterstützung und Altersversorgung	146,82	159,96	160,82	147,83	153,30
3. Urheber-, Leistungs- u. Herstellervergütungen	219,21	211,92	208,42	219,91	235,76
4. Anteil an Programmgemeinschaftsaufgaben und Koproduktionen, produktionsbezogene Fremdleistungen	184,29	146,72	175,69	154,03	189,25
5. Bild-, Ton- und sonstiges Verbrauchsmaterial	11,98	11,68	12,44	12,52	12,70
6. Leistungen für die Rundfunkversorgung	57,88	57,38	57,97	64,16	60,42
7. Abschreibungen	52,63	50,47	48,99	49,40	50,40
8. Aufwendungen für den Gebühreneinzug	32,26	34,41	34,04	35,75	35,90
9. Übrige betriebliche Aufwendungen	168,13	147,94	164,23	166,31	174,41
10. Zuwendungen zum Finanzausgleich/ Strukturhilfe	9,50	11,34	11,22	11,09	11,12
<b>Summe Aufwendungen</b>	<b>1 086,63</b>	<b>1 035,34</b>	<b>1 082,30</b>	<b>1 072,80</b>	<b>1 135,13</b>
<b>III. Ergebnis der Ertrags- und Aufwandsplanung</b> (+ = Überschuss/- = Fehlbetrag)	<b>– 10,33</b>	<b>59,44</b>	<b>46,83</b>	<b>39,85</b>	<b>– 12,83</b>



## 8.3 Finanzplan des Südwestrundfunks 2004 bis 2008

Finanzplan	2004 Ist	2005 Ist	2006 Ist	2007 Haushalts- plan	2008 MifriFi
	– alle Beträge in Mio. € –				
<b>I. Mittelaufbringung (Einnahmen)</b>					
1. Übernahme Überschuss aus dem Ertrags- und Aufwandsplan	0,00	59,44	46,83	39,85	– 12,83
2. Mittel aus Abschreibungen	52,63	50,47	48,99	49,40	50,40
3. Mittel aus Rückstellungen für Alters- und Hinterbliebenenversorgung (Zuführung)	28,77	45,03	55,60	33,41	30,75
4. sonstige Wertpapiere des Anlagevermögens	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Mittel aus Sonstigem	2,37	12,98	15,40	2,51	2,40
Summe Mittelaufbringung	83,77	167,92	166,82	125,17	70,72
<b>II. Mittelverwendung (Ausgaben)</b>					
1. Übernahme Fehlbetrag aus dem Ertrags- und Aufwandsplan	10,33	0,00	–	0,00	0,00
2. Investitionen	44,85	34,24	42,72	73,45	70,22
3. Erhöhung Sondervermögen Altersversorgung	49,30	62,56	74,54	56,99	79,99
4. Sonstiges	3,94	0,19	4,00	10,13	7,82
Summe Mittelverwendung	108,42	96,99	121,26	140,57	158,03
<b>III. Ergebnis</b> (+ = Überschuss/- = Fehlbetrag)	– 24,65	70,93	45,56	– 15,40	– 87,31

## 9. Personal

## 9.1 Die Entwicklung des Stellenplans

Jahr	Anzahl Planstellen	Veränderung zum Vorjahr	Beschäftigtenzahl in %	
			m	w
1997 Ist	4 247,5			
1998 Ist	4 216,5	- 31,0		
1999 Ist	4 116,5	- 100,0	61 %	39 %
2000 Ist	4 010,0	- 106,5	61 %	39 %
2001 Ist	3 950,0	- 60,0	61 %	39 %
2002 Ist	3 883,0	- 67,0	60 %	40 %
2003 Ist	3 782,5	- 100,5	59 %	41 %
2004 Ist	3 714,5	- 68,0	57 %	43 %
2005 Ist	3 648,0	- 66,5	57 %	43 %
2006 Ist	3 650,0	+ 2,0	56 %	44 %
2007 Plan	3 672,5	+ 22,5		
<b>Gesamt</b>		<b>- 575,0</b>		

Mit dem Jahr 2005 erreichte der SWR die nach der Fusion angestrebte Zielgröße von 3 650 Planstellen. Nun geht es im Rahmen des SWR-Gesamtpersonalkonzepts vorrangig darum, feste und freie Mitarbeiter und damit die Personalkosten insgesamt noch besser zu steuern.

In Rahmen dieses Gesamtkonzepts Personal im SWR soll in Zusammenhang mit der Personalsteuerung und -bedarfsermittlung sowie der dazugehörigen Überprüfung der Aufgabenstruktur und des -umfangs der einzelnen Bereiche in den Jahren 2005 bis 2008 jährlich der Gegenwert von ca. 50 Planstellen eingespart werden. Diese insgesamt ca. 200 Planstellen sollen aber nicht gestrichen, sondern mit langjährigen festen freien Mitarbeitern besetzt werden. Die Personalkosten werden also nicht vorrangig im Personaletat eingespart, sondern in den Nettobudgets der einzelnen Direktionen in Form von jährlich ca. 2,5 Millionen Euro Honoraren. Dieser Umwandlungsprozess von freier in festangestellte Mitarbeit soll auch dazu dienen, zum Teil arbeitsrechtlich schwierige Fälle zu lösen.

Zudem ist vorgesehen, in Einzelfällen neue Planstellen für bisher freie Mitarbeiter oder Fremdpersonal zu schaffen, wenn eine Festanstellung als unternehmerisch und betriebswirtschaftlich sinnvoll erachtet wird. Die Einrichtung solcher Planstellen führt insgesamt zu einer Senkung der Gesamtpersonalkosten. Zum Haushalt 2007 wurden vier solcher neuen Planstellen geschaffen.

Daneben wurden zum Haushalt 2007 im Rahmen der integrierten Personalplanung und -steuerung und im Zusammenhang mit der Umstrukturierung der Tochtergesellschaften des SWR all die Arbeitsverhältnisse bereinigt und in den Stellenplan des SWR überführt, bei denen sich seit der Fusion eine Veränderung der Aufgabenstruktur mit Tätigkeitsschwerpunkt hin zum SWR ergeben hat.

In diesem Zusammenhang konnten in der neuen Gesellschaft SWR Media Services GmbH zum Haushalt 2007 26,5 Planstellen gestrichen werden, während im SWR im Gegenzug nur 18,5 neue Planstellen geschaffen werden mussten. Die Differenz wird entweder nicht mehr besetzt oder aus dem Planstellenbestand des SWR abgedeckt. Diese Planstellenbereinigung führt damit insgesamt zu keinen Personalkostensteigerungen. Ziel ist die transparente Zuordnung der Beschäftigten nach dem jeweiligen Aufgabenschwerpunkt, die Ausrichtung der Stellenpläne des SWR und seiner Tochtergesellschaften an den tatsächlichen Aufgaben sowie die Nutzung von Synergieeffekten und Einsparpotenzialen.

## 9.2 Entwicklung der Aufwendungen für Arbeitsentgelte 1998 bis 2007

Jahr	Betrag	Veränderung zum Vorjahr
1998 Ist	208,4 Mio. €	
1999 Ist	205,0 Mio. €	- 1,63 %
2000 Ist	204,6 Mio. €	- 0,19 %
2001 Ist	201,4 Mio. €	- 1,56 %
2002 Ist	204,3 Mio. €	+ 1,44 %
2003 Ist	199,6 Mio. €	- 2,30 %
2004 Ist	203,9 Mio. €	+ 2,15 %
2005 Ist	203,5 Mio. €	- 0,19 %
2006 Ist	208,4 Mio. €	+ 2,40 %
2007 Plan	211,8 Mio. €	+ 1,63 %

Die Arbeitsentgelte bei den festangestellten Mitarbeitern sind in den Jahren 1998 bis 2007 (Plan) um ca. 3,4 Millionen Euro (+ 1,63 %) gestiegen. Betrachtet man die bisher aufgelaufenen Ist-Werte bis 2006, so sind die Personalaufwendungen von 1998 bis 2006 annähernd unverändert geblieben. Neben den begleitenden Spar- und Optimierungsmaßnahmen war der Stellenabbau einer der Hauptgründe für eine Reduzierung der Personalkosten. Dem gegenüber stehen vor allem die üblichen tariflichen Gehaltssteigerungen. Dabei ist es dem SWR aber gelungen, seit seiner Gründung mit seinen Tarifabschlüssen im Gesamtvolumen und in der Dauerwirkung insgesamt unter denen des öffentlichen Dienstes zu bleiben.

### 9.3 Altersversorgung

Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt es derzeit grundsätzlich zwei betriebliche Altersversorgungssysteme: Die so genannte Gesamtversorgung für alle Angestellten, die in der Regel bis 1992 in den Rundfunkanstalten angestellt wurden, und den Versorgungstarifvertrag (VTV), der in der Regel für Beschäftigte gilt, die ab 1993 in den Rundfunkanstalten angestellt wurden. Während die Gesamtversorgung einen bestimmten Anteil des Gehaltes als Altersversorgung in Abhängigkeit zur gesetzlichen Rente sichert, wird beim VTV lediglich ein vergütungsgruppenabhängiger Betrag als Altersversorgung gezahlt. Nach umfangreichen Verhandlungen konnten sich die ARD-Rundfunkanstalten und die beteiligten Gewerkschaften im März 2005 über eine weitreichende Neuordnung der alten Versorgungen verständigen.

Als Gesamtergebnis lässt sich festhalten, dass faktisch das System der Gesamtversorgung aufgegeben wurde. Die alten – nunmehr modifizierten Versorgungsregelungen – bleiben zwar formal noch Gesamtversorgungen, sind aber künftig von allen externen Faktoren – also dem wesentlichen Merkmal einer Gesamtversorgung – dauerhaft abgekoppelt. Erreicht wird dies durch die dauerhafte Eliminierung des für die Gesamtversorgung typischen Auffülleffektes (z. B. bei Leistungsminderungen in der gesetzlichen Rentenversicherung) durch Fortführung und Anpassung des Korrekturfaktors, der künftig alle Absenkungen der gesetzlichen Rentenversicherung „ausgleicht“ (eliminiert).

### 9.4 Tarifverträge und Dienstvereinbarungen

Der **Tarifvertrag Arbeitszeit** beim SWR trat am 1. April 2002 zunächst befristet und ab 1. Mai 2004 modifiziert und unbefristet in Kraft. Weiter befristet bis 30. April 2007 blieb allerdings das im TV Arbeitszeit angelegte Pilotprojekt „Jahresarbeitszeitkonto/Mittelfristkonto“.

Im Zusammenhang mit der Diskussion über die Fortführung des Pilotprojekts bzw. die flächendeckende Einführung der Arbeitszeitkonten für alle Beschäftigten kamen die Tarifpartner bei Tarifverhandlungen im April diesen Jahres zu dem Ergebnis, dass dieses Thema nicht losgelöst von den Fragen des Vorruhestands, des Altersgrenzenanpassungsgesetzes (schrittweise Ausdehnung der Lebensarbeitszeit auf 67) und darüber hinausgehenden Überlegungen zu den Auswirkungen der demografischen Entwicklung betrachtet werden kann. Vor diesem Hintergrund wurde vereinbart, das Pilotprojekt befristet bis 31. Dezember 2008 fortzusetzen; zu diesem Zeitpunkt kann im Übrigen der SWR frühestens den TV Vorruhestand kündigen. Es ist vorgesehen, die komplexen Verhandlungen zu den o. g. Themen zu Beginn des Jahres 2008 aufzunehmen.

Gemeinsam mit dem Gesamtpersonalrat konnten darüber hinaus weitere Dienstvereinbarungen abgeschlossen bzw. angepasst/abgeändert werden, die den Forderungen nach modernen und flexiblen Arbeits(zeit)bedingungen unter Berücksichtigung der betrieblichen Interessen, individuellen Fortbildungsmöglichkeiten unter effizientem Einsatz der vorhandenen Ressourcen sowie dem Gesundheitsschutz der Beschäftigten gerecht werden.

Bei der schon bestehenden **Dienstvereinbarung nach TZ 402 MTV über Fortbildung, Umschulung und Weiterbildung im Südwestrundfunk** wurde das bisherige Antrags- und Genehmigungsverfahren geändert. Bisher lag das Initiativrecht für eine Fortbildungsmaßnahme sowohl bei den Vorgesetzten als auch bei den Beschäftigten selbst. Eine grundsätzliche Absprache zwischen Vorgesetzten und Beschäftigten über eine gezielte, systematische individuelle Personalentwicklung der Beschäftigten war nicht zwingend vorgesehen. Unter finanziellen Aspekten war festzustellen, dass die für Fortbildungsmaßnahmen vorgesehenen Mittel zwar sehr häufig für eine individuelle berufliche Fortbildung, nicht aber zielgerichtet, an den vorrangigen betrieblichen Interessen orientiert, eingesetzt werden konnten. Mit dem neuen Antrags- und Genehmigungsverfahren wird die gezielte berufliche, zukunftsorientierte und vor allem arbeitsplatzbezogene Weiterentwicklung der Beschäftigten stärker in den Vordergrund gestellt. Den Qualifizierungsbedarf ermitteln die Führungskräfte, die damit in weit stärkerem Maße als bisher in die Verantwortung für die Personalentwicklung ihrer Mitarbeiter eingebunden werden. Grundlage für die Ermittlung des Fortbildungsbedarfs sind u. a. die im SWR bereits eingeführten (Jahres-)Mitarbeitergespräche.

Die bisherige Dienstvereinbarung über Gleitzeit im Südwestrundfunk wurde durch eine neue **Dienstvereinbarung über Gleitzeit im Südwestrundfunk** abgelöst. Die wesentliche Änderung in der neuen DV Gleitzeit ist die deutliche Trennung zwischen Gleitzeit und (angeordneter) Mehrarbeit nach den Bestimmungen des TV Arbeitszeit. Der Gleitzeit ist nun mit einem maximal möglichen Guthaben von 20 Stunden/Monat (davor bis zu 50 Stunden) und einer Zeitschuld bis zu zehn Stunden/Monat (davor bis zu 20 Stunden) ein deutlich engerer zeitlicher Spielraum gesetzt. Weitere Guthaben aus der Gleitzeit werden gestrichen. Angefallene Mehrarbeit muss zukünftig explizit jeweils als solche ausgewiesen und dann in das Arbeitszeitkonto übertragen werden.

Mit der **Dienstvereinbarung über den Nichtrauchererschutz beim SWR** wurden die beiden noch bestehenden Nichtraucherregelungen des SWF und des SDR zu einer einheitlichen Regelung zusammengefasst. Vorrangiges Ziel der Dienstvereinbarung ist die gesetzliche Verpflichtung, die Interessen und damit die Gesundheit der nicht rauchenden Beschäftigten zu schützen.