

Wesentliche Ergebnisse der Sitzung des Ausschusses für Telemedien und mediale Innovation des Rundfunkrats am 16. November 2021

Der Vorsitzende informiert, dass das im Rahmen des Dreistufentests erforderliche Gutachten zu den Marktauswirkungen voraussichtlich fristgerecht zum 30.11.2021 vorliegen wird. Für den 18.1.2022 ist eine gemeinsame Sitzung mit der hr-Geschäftsleitung zur weiteren Befassung mit dem Telemedienänderungskonzept hr-online sowie den vorliegenden Stellungnahmen und dem Gutachten vereinbart.

Der Intendant informiert, dass der Hessische Rundfunk in den kommenden Monaten allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Schulungen und Workshops zur digitalen Kompetenzerweiterung anbieten wird. Ziel ist es, die Beschäftigten besser auf die sich in allen Bereichen vollziehenden digitalen Entwicklungen vorzubereiten und zum gemeinsamen Verständnis beizutragen.

Der Ausschuss regt an, zu entsprechenden Themenfeldern auch Informationsveranstaltungen für den Rundfunkrat vorzusehen.

Der Ausschuss behandelt die Programmbeschwerde eines Nutzers, dessen Kommentar im Facebook-Angebot der hessenschau entfernt wurde.

In einer Präsentation stellt der Redaktionsleiter zur funk-Zuliefereinheit vor, wie die Formatentwicklung von „Your Money“ angegangen wurde. Am Anfang stand die Idee eines Finanzformates für die jungen Zielgruppen, die ihr erstes eigenes Geld verdienen. Zielgruppenbefragungen erst führten auf die Plattform TikTok. Angestrebt wird, ihnen in ihrer digitalen Community auf sehr unterhaltsame Weise grundlegende Fakten zum verantwortungsvollen Umgang mit Geld zu vermitteln. Das Format entsteht im hr in enger Zusammenarbeit zwischen Wirtschaftsredaktion und funk-Redaktion.

Der Ausschuss nimmt die Präsentation mit großem Interesse zur Kenntnis und diskutiert mit den hr-Verantwortlichen intensiv über Für und Wider solcher Formate auf Drittplattformen. Im Ergebnis begrüßt der Ausschuss das Engagement.

Der Leiter Multimedia stellt in einer Präsentation die Eckpunkte der Personalisierungsstrategie der ARD vor. Ziel ist es, durch Personalisierung mehr Nutzungsfreundlichkeit und Transparenz für das gesamte ARD-Angebot zu erlangen. Die eingesetzten Algorithmen müssen zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags beitragen. Personalisierung ist eine übergreifende Aufgabe, sie erfordert einen technischen Ausbau und eine gemeinsame Infrastruktur-Basis.

Der Ausschuss nimmt die Präsentation mit großem Interesse zur Kenntnis, stellt zahlreiche Nachfragen und diskutiert mit den hr-Verantwortlichen.

gez. Harald Freiling