

## Wesentliche Ergebnisse der Sitzung des Programmausschusses Hörfunk des hr-Rundfunkrats am 24. März 2022

1. Anlässlich seines Amtsantritts betont Intendant Florian Hager zunächst seine Wertschätzung des Hörfunks. Er hebt die Rolle der Audioprodukte für den Gesamterfolg des hr hervor. Um diese auch für die Zukunft zu erhalten und weiter auszubauen, sehe er die schrittweise Umsetzung der in der Initiative Audiostrategie entwickelten Prämissen für unumgänglich: Er werde deren rasche und zeitnahe Umsetzung vorantreiben.
2. Programmdirektorin Gabriele Holzner informiert über eine strukturelle Veränderung bei der Verkehrsredaktion, die in die HessenUnit integriert werde. Dies verkürzt die Kommunikationswege, wenn sich eine Verkehrsinformation zu einer ausführlicheren Berichterstattung ausweitet. Sie berichtet vom Stand bei der Etablierung der neuen Einheit Portfolio- und Distributionsmanagement und über Gespräche für eine Nachfolgeregelung nach dem Weggang der bisherigen Crossmedialen Chefredakteurin Andrea Schafarczyk zum 1. April 2022.
3. Martin Lauer, Crossmedialer Manager, informiert über den großen Erfolg zweier Spendenaktionen, die bei hr1 in „Reinke am Samstag“ und bei hr3 in einem ganztägigen Aktionstag in Zusammenarbeit mit dem „Aktionsbündnis Deutschland hilft“ durchgeführt wurden. Hier seien Musikwünsche von Hörer\*innen gegen Spende erfüllt worden. Derzeit liege das Spendenaufkommen bei 770 000 Euro. Der Ausschuss nimmt das Engagement der Mitarbeiter\*innen anerkennend zur Kenntnis.  
Weiter berichtet er, dass das Format „Deuschrap Ideal“ (Host: Simon Voigt) von youfm weiterhin sehr erfolgreich sei und sich zu einem „Leuchtturm“ entwickle. Es werde auch von verschiedenen anderen ARD-Anstalten sowie in die Mediathek übernommen.
4. Der Ausschuss befasst sich mit einer ARD-Studie zu dem Thema „Markenwirksamkeit von Podcasts“ und tauscht sich über Strategiekonzepte zur Erhöhung der Reichweite der Podcastangebote der ARD und des hr aus.
5. Für die hr1/hr4-Unit sowie Pop-Unit erläutern die Musikredakteure Christian Brost und Martin Woelke, wie die Popularwellen ihre Musikprogramme erarbeiten, im Spektrum zwischen klassischem deutschem Schlager bis hin zu deutschem Rap. Regelmäßige Befragungen der Hörer geben Aufschluss über Bekanntheit und Beliebtheit sowie Kompatibilität von Musikgenres. Über die Auswahl der konkreten Musiktitel und ihre Häufigkeit entscheiden Redakteure mit Unterstützung von technischen Systemen.

gez. Dr. Ursula Jungherr