

Wesentliche Ergebnisse der Sitzung des Programmausschusses Fernsehen am 14. Juni 2021 in Frankfurt am Main

1. Die Programmdirektorin informiert, dass derzeit das lineare Format „Hauptsache Kultur“ gemäß der Bewegtbildstrategie für die Mediathek weiterentwickelt wird. Nach der Sommerpause wird es neben dem multithematischen moderierten Magazin im Wechsel auch monothematische Dokuserien zu hessischen Kulturphänomenen geben.

2. Der Fernsehausschuss lobt zwei sich inhaltlich ergänzende Filme mit dem Titel „Schwarz und deutsch“, eine Reportage des hr über hessische Protagonisten sowie eine eher historisch angelegte Dokumentation. Die Frage, wie Aufmerksamkeit im Linearen wie in der ARD-Mediathek hergestellt werde, wird diskutiert, und noch als unzureichend empfunden.

3. Als Schwerpunktthema steht der neue Youtube-Kanal der hessenschau mit einem eigens dafür entwickelten Format „Das Thema“ auf der Tagesordnung. Denn in der Konsequenz veränderte sich das Konzept der bisherigen linearen Spätausgabe der hessenschau im hr-fernsehen. Ein aktuelles Thema wird für die YouTube-Ausgabe von verschiedenen Perspektiven beleuchtet und dort werktäglich publiziert, danach für das lineare Fernsehen konfektioniert und um die weiteren aktuellen Meldungen oder Kurzberichte des Tages ergänzt, um in der Spätausgabe linear weiterhin eine umfassende Nachrichtenausgabe zu bieten. YouTube ist mittlerweile für die jüngeren Zielgruppen die Informationsplattform Nummer eins. Um sie mit regionaler Aktualität und öffentlich-rechtlichen Infos zu versorgen, müssen wir die Angebote dort platzieren. Die Veränderungen sind Teil der Digital-First-Strategie.

Die verantwortliche crossmediale Managerin des Programmbereiches Hesseninformation stellt das Team, die Vorgehensweise und die ersten Erfahrungen nach zwei Wochen vor. Der Fernsehausschuss setzt das Thema in einem halben Jahr auf Wiedervorlage, um die Nutzung des YT-Kanals zu betrachten.

4. Die Verantwortlichen von „Bühne frei“ stellen die hr-Aktion vor. Ziel der Programmaktion war es, hessischen Künstlerinnen und Künstlern aller Musikrichtungen auch während der Corona-Pandemie eine „Bühne zu bereiten“ und somit dem öffentlich-rechtlichen Kulturauftrag nachzukommen. Die Verantwortlichen weisen darauf hin, dass ihnen bewusst ist, dass die Aktion nur in geringem Umfang die Corona bedingten Folgen für den Kulturbetrieb mildern, sie aber in besonderem Maß als Lichtblick aufgefasst wurde, was die enorme Zahl von über 1500 Bewerbungen zeigte. Sechs prominente Hosts wählten insgesamt 24 Musikgruppen, daraus entstanden 24 Konzertaufzeichnungen, 6 Sendungen mit Musikausschnitten, Gesprächen und Portraits für die ARD-Mediathek, das hr-fernsehen, alle Hörfunkwellen sowie die Kanäle der sozialen Netzwerke. Die Aktion fand ihren Niederschlag in allen Auspielwegen.

Die Ausschusssmitglieder begrüßen die Aktion und diskutieren mit den Verantwortlichen zu Konzept, Durchführung, crossmedialer Vermarktung und Gesamterfolg.

Die Verantwortlichen informieren, dass die Nutzungszahlen nach starkem Beginn zurückgegangen sind, die Aktion aber insgesamt nicht auf Masse ausgelegt war und insbesondere die Presseresonanz sehr hoch gewesen ist.

Daniel Neumann