

Wesentliche Ergebnisse der Sitzung des Programmausschusses Hörfunk des hr-Rundfunkrats am 19. September 2024

1. Schwerpunkt der Programmbeobachtung im Programmausschuss Hörfunk ist „Stadt Land Mensch – Die Deutschlandreportage“, ein Kooperationsprojekt der ARD-Info-Programme. Vertieft betrachtet wurden die Zulieferungen von hr-INFO bis August 2024. Der Ausschuss prüft auf Grundlage der ARD-Qualitätsrichtlinie und tauscht sich mit Programmverantwortlichen und Redaktion aus. Er betrachtet lineare und digitale Reichweiten, diskutiert über das Konzept der bundesweit im linearen Radio zu hörende Sendung, bewertet sie insgesamt sehr positiv und kommt zu dem Ergebnis, dass das Programmangebot öffentlich-rechtlichen Ansprüchen entspricht.
2. Die Programmdirektion berichtet von weiteren ARD-weiten Kooperationen in den Hörfunkwellen: hr-INFO wird zur Landtagswahl Brandenburg die Sendung des Inforadios des rbb übernehmen. Die Kulturwellen starten mit zwei weiteren kooperierten Abenden, nämlich mit „ARD Konzert“ und „ARD Jazz“, wo dann auch die hr-Klangkörper über das hessische Sendegebiet hinaus zu hören sein werden.
3. Die Programmdirektorin, ihr Stellvertreter und die Medienforschung stellen die Radiostrategie in ihren Grundzügen vor. Dabei liegt der Schwerpunkt auf Nutzungszahlen und die gerade veröffentlichte ARD / ZDF Medienstudie. Daraus geht hervor, dass die Hördauer des linearen Radios wie die anteilige Nutzungsdauer Audio insgesamt zurückgeht, von 175 auf 155 Minuten, in den jungen Zielgruppen viel deutlicher. Der Hessische Rundfunk gibt derzeit im Vergleich zum Bevölkerungsanteil für die Zielgruppe über 65 Jahre überdurchschnittlich viel, die auserkorenen Aufbau- und Perspektivzielgruppen dafür deutlich zu wenig aus. Die Radiostrategie hat nun eine Projektleitung mit Prozessbegleitung und über ein Soundingboard mit Mitarbeitenden aus allen Wellen wird breite Beteiligung sichergestellt. Die Geschäftsleitung sieht im Radio eine Zukunft für die Zielgruppe Ü 50, die Funktion von linearem Radio ist nicht digitalisierbar. Das Gremium diskutiert intensiv die Risiken dieser weitreichenden Strategie, kann nachvollziehen, dass jüngere Zielgruppen nur noch digital erreichbar sind, vermisst jedoch eine Digitalstrategie. Mehrere Ausschussmitglieder teilen die Sorge, treue Radiohörer und damit Gesamtreichweite zu verlieren. Es wird eine intensive Begleitung angekündigt und häufige Updates eingefordert.

gez. Katharina Seewald