

Protokoll der 115. Sitzung des rbb-Rundfunkrates

| | |
|----------------------------|------------------------|
| Datum: | 27. August 2020 |
| Ort: | Berlin |
| Beginn der Sitzung: | 16:06 Uhr |
| Ende: | 18:57 Uhr |

Leitung: Friederike von Kirchbach

Protokoll: Jana Städing

Teilnehmer

Mitglieder des Rundfunkrates

Amsinck, Christian
Benn, Sören
Braß, Dr. Christoph
Bürgel, Oliver
Dreißig, Peter (*abwesend*)
Eder, Jan Ulrich
Faber, Anja-Christin
Goiny, Christian
Gonzalez Olivo, Diana
Härtel, Thomas
Halsch, Karin
Hein, Prof. Birgit
Heise, Norman
Kapek, Antje (*abwesend*)
Kirchbach, Friederike von
Koinzer, Marcus
Kremberg, Juliane (*abwesend*)
Lammel, Bernd
Loge, Stephan
Peter, Stefan Dominik (*abwesend*)
Pienkny, Dieter
Raynal-Ehrke, Dr. Torsten
Riedel, Katharina
Roggenbuck, Ralf
Scherfke, Wolfgang (*abwesend*)
Schlütz, Prof. Daniela
Schöneburg, Dr. Volkmar
Senftleben, Ingo
Stohn, Erik

Mitglieder des Verwaltungsrates

Bakir, Suat
Fehmer, Gundula (*abwesend*)
Grygier, Dr. Bärbel (*abwesend*)
König, Dorette (*abwesend*)
Matthews, Melanie (*abwesend*)
Rennert, Prof. Martin (*abwesend*)
Weber, Markus (*abwesend*)
Wolf, Wolf-Dieter

Vertreter des Personalrates

Hartmann, Eduard
Jauer, Sabine

Vertreter der Rechtsaufsicht

Scheibel, Dr. Henrik
Czemper, Jan (*abwesend*)

Geschäftsleitung:

Augenstein, Christoph
Brandstätter, Hagen
Lange, Susann
Schlesinger, Patricia
Schulte-Kellinghaus, Dr. Jan
Singelstein, Christoph

Leiterin der Intendanz

Formen-Mohr, Verena

Gremiengeschäftsstelle

Othmerding, Petra
Städling, Jana

Tagesordnung

115. Sitzung des rbb-Rundfunkrates am 27. August 2020

- TOP 01 Regularien
- TOP 02 Bestätigung des Protokolls über die 114. Sitzung am 25. Juni 2020
- TOP 03 Bericht der Intendantin
- TOP 04 Unternehmensziele
- Patricia Schlesinger
- TOP 05 Digitales Medienhaus: Stand Wettbewerb
- Patricia Schlesinger/Wolf-Dieter Wolf
- TOP 06 Jahresabschluss 2019
- Hagen Brandstätter
- Stellungnahme des Verwaltungsrates
- Vorlage
- Stellungnahme des Haushalts- und Finanzausschusses
- Christian Amsinck
- (Die Berichte zum Jahresabschluss wurden vorab am 3. August 2020 versandt.)*
- TOP 07 Sommerinterview: Andreas Kalbitz

nichtöffentlich

- TOP 08 Bericht der Wahlkommission
- Informationsvorlage *(nur für die Mitglieder des Rundfunkrates)*

öffentlich

- TOP 09 Änderung des Redakteursstatuts
- Beschlussvorlage
- TOP 10 Sitzung des Haushalts- und Finanzausschusses: 27. August 2020
- Christian Amsinck
- TOP 11 Sitzung des Programmbeirates ARTE Deutschland TV GmbH
- 1./2. Juli 2020 in Halle
- Bernd Lammel
- TOP 12 Verschiedenes

TOP 01 Regularien

Frau von Kirchbach begrüßt die Mitglieder des Rundfunkrates und des Verwaltungsrates, die Intendantin, die Mitglieder der Geschäftsleitung, die Vertreter des Personalrates, den Vertreter der Rechtsaufsicht, die Kolleginnen der Gremiengeschäftsstelle und die Öffentlichkeit.

Frau von Kirchbach informiert, in seiner Sitzung am 24. Juni 2020 habe der Personalrat beschlossen, Sabine Jauer als Nachfolgerin von Frau Baumgarten in den Rundfunkrat zu entsenden und heißt sie im Rundfunkrat willkommen.

Außerdem verlasse Frau Gonzalez Olivo den Haushalts- und Finanzausschuss aus terminlichen Gründen, um sich ganz dem Programmausschuss widmen zu können.

Die Tagesordnung wird in der vorliegenden Form genehmigt.

TOP 02 Bestätigung des Protokolls über die 114. Sitzung am 25. Juni 2020

Das Protokoll wird in der vorliegenden Form genehmigt.

TOP 03 Bericht der Intendantin

Frau Schlesinger stellt ihren Bericht vor und präsentiert einen Film (Anlage 1).

TOP 04 Unternehmensziele

- **Patricia Schlesinger**

Frau Schlesinger stellt die Unternehmensziele vor (Anlagen 2 und 3).

TOP 05 Digitales Medienhaus: Stand Wettbewerb

- **Patricia Schlesinger/Wolf-Dieter Wolf**

Frau Schlesinger stellt den aktuellen Stand zum Digitalen Medienhaus vor (Anlage 4).

Herr Wolf trägt sein Statement vor (Anlage 5).

TOP 06 Jahresabschluss 2019
 • **Hagen Brandstätter**

Stellungnahme des Verwaltungsrates
- **Vorlage**

Stellungnahme des Haushalts- und Finanzausschusses
 • **Christian Amsinck**

(Die Berichte zum Jahresabschluss wurden vorab am 3. August 2020 versandt.)

Herr Brandstätter erläutert den Jahresabschluss 2019. Die Wirtschaftsprüfer MAZARS hätten einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt. Insgesamt sei ein Verlust von insgesamt 71,4 Millionen Euro zu verzeichnen. Die zwei Hauptgründe für den Verlust seien erstens die weiter anhaltende Niedrigzinsphase im Bereich der Altersversorgung und zweitens die Entnahmen aus der Beitragsrücklage 1, die bis 2020 noch gefüllt sei. Diese Entnahmen aus der Beitragsrücklage erschienen nicht im Jahresabschluss, weil sie anders verbucht werden müssten. Wenn man diese beiden Effekte außer Acht lasse, ergebe sich ein operatives Ergebnis in Höhe von plus 3,4 Millionen Euro. Der rbb verfüge über 13 Millionen Euro mehr an liquiden Mitteln, als er ursprünglich geplant habe. Bei der Abrechnung des Wirtschaftsplans, die auch im Jahresabschluss betrachtet werde, habe es eine Verbesserung in Höhe von 27,5 Millionen Euro gegeben, insbesondere durch höhere Beitragserträge als der zentrale Beitragsservice für den rbb geplant habe und durch Minderaufwendungen sowohl im Bereich der Gemeinschaftseinrichtungen als auch der Direktionsaufwendungen. Schließlich sei es dem rbb gelungen, 10 Millionen Euro in die Gebäuderücklage zum Bau des Digitalen Medienhauses einzubringen, so dass der Bestand der Rücklage zum Jahresabschluss 23,9 Millionen Euro betrage.

Herr Wolf verweist auf die Stellungnahme des Verwaltungsrates und empfiehlt dem Rundfunkrat, dem Jahresabschluss zuzustimmen.

Herr Amsinck erörtert den Jahresabschluss 2019 aus Sicht des Haushalts- und Finanzausschusses, schließt sich der Stellungnahme des Verwaltungsrates an und empfiehlt dem Rundfunkrat, dem Jahresabschluss zuzustimmen.

1.

Gemäß § 26 Absatz 3 rbb-Staatsvertrag stimmt der Rundfunkrat den nachstehenden Veränderungen des verabschiedeten Wirtschaftsplans 2019 zu:

- | | |
|---|----------|
| a) Umsetzungen aus dem Investitions- in den Erfolgsplan 2019 (im Teilband 2 des Prüfberichts Anlage 8/1 in der Spalte „Umsetzungen“ enthalten) | 1.524 T€ |
| b) Umsetzungen innerhalb des Erfolgsplans 2019 aus dem Personalaufwand in den Sachaufwand | 2.232 T€ |
| c) Umsetzungen innerhalb des Erfolgsplans 2019 | -238 T€ |

aus dem Sachaufwand in den Personalaufwand

- d) Übertragung projektgebundener Mittel
- | | |
|---|-----------|
| aus dem Erfolgsplan des Jahres 2019 nach 2020 | 11.605 T€ |
| aus dem Investitionsplan 2019 nach 2020 | 6.338 T€ |
- (Darin enthalten sind 491 T€ für Investitionsmittel, die älter als zwei bzw. drei Jahre sind und die gemäß § 5 Absatz 8 Satz 4 Finanzordnung (FinO) der Zustimmung des Verwaltungsrats bedürfen.)

2.

Gemäß § 13 Absatz 2 Ziffer 5 rbb-Staatsvertrag genehmigt der Rundfunkrat den Geschäftsbericht und stellt den Jahresabschluss 2019

| | |
|---|------------------|
| mit einer Bilanzsumme per 31. Dezember 2019 von | 874.036.143,01 € |
| und einem Jahresfehlbetrag von | -71.433.735,38 € |

fest. Der Jahresfehlbetrag verringert das anstaltseigene Kapital auf 77.210.643,44 €.

3.

Gemäß § 13 Absatz 2 Ziffer 6 rbb-Staatsvertrag erteilt der Rundfunkrat der Intendantin für das Geschäftsjahr 2019 Entlastung.

Frau von Kirchbach bedankt sich beim Verwaltungsrat, beim Haushalts- und Finanzausschuss und bei Herrn Brandstätter. Sie bittet den Rundfunkrat um die Abstimmung.

Der Rundfunkrat stimmt dem Jahresabschluss 2019 in der vorliegenden Form in allen drei Punkten einstimmig zu.

TOP 07 Sommerinterview: Andreas Kalbitz

Frau Schlesinger räumt ein, das Interview sei eine journalistische Minderleistung gewesen. Es habe sich um einen klassischen Managementfehler gehandelt, eine Fehleinschätzung der Aufgabe. Es sei nicht gelungen, die vorhandene Expertise im Haus zu Rechtsextremismus und zur AfD in geeigneter und genügender Form in dieses Interview einfließen zu lassen. Ob das Thema „Sommerinterviews“ noch zeitgemäß sei, darüber könne man streiten. Vielleicht bedarf es eines solchen Formates nicht mehr, zumindest nicht mit diesem leichten Charakter. Wenn man sich jedoch für Sommerinterviews mit allen Fraktionsvorsitzenden entscheide, dann müsse man auch den Fraktionsvorsitzenden der zweitstärksten Kraft in Brandenburg, der AfD, mitberücksichtigen. Dafür stehe der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Wenn man diese Personen interviewe, dann sei die Expertise im jeweiligen Haus zu nutzen, zur Vorbereitung und während des laufenden Interviews üblicherweise begleitend durch die Redaktion mit Knopf im Ohr. Selbstverständlich sollten für derartige Formate geeignete InterviewerInnen eingesetzt werden. Obwohl es davon einige im rbb gebe, seien sie in diesem Fall nicht hinzugezogen worden.

Auch die Kommunikation im Haus sei nicht gewährleistet gewesen. Der Unternehmenssprecher Herr Demmer und die Social Media Experten seien nicht einbezogen und darauf vorbereitet gewesen. Ein Interview mit einem AfD-Vorsitzenden werde immer für Diskussionen sorgen und Zündstoff bieten. Es gebe bei diesem Interview jedoch nichts zu beschönigen. Die Interviewerin sei eine junge Frau, die zwar eine sehr gute Langstreckenläuferin sei, die man jedoch in den Boxring geschickt habe. Dort habe sie scheitern müssen. Es sei also ein Managementfehler gewesen, und man werde dafür sorgen, dass sich derartiges nicht wiederhole. Der Vorfall habe sie ebenfalls sehr verärgert.

Herr Singelstein erläutert, auch innerhalb der Chefredaktion habe der Vorfall für Diskussionen gesorgt. Man werde künftig dafür Sorge tragen, dass eine Redaktion allein ein solches Interview nicht mehr durchführen werde. Außerdem werde man sich bei der Auswahl der KollegInnen eng abstimmen. Es gehe nicht nur um Rechtspopulismus und die AfD, sondern auch um andere relevante Themen wie Wirtschaft, die eine große Expertise erforderten. Man werde außerdem Veranstaltungen anbieten, wo man sich intensiv mit Rechtspopulismus beschäftigen werde. Die Kolleginnen und Kollegen, die Interviews führten, würden ein entsprechendes Interviewtraining bekommen.

Herr Härtel bedankt sich für die Klarheit der Worte.

Frau Faber schließt sich Herrn Härtel an und ergänzt, sie habe den Umgang mit den Kommentaren auf der Facebookseite als höchst unprofessionell empfunden, teilweise sogar demütigend und betrachte dies auch als einen Managementfehler. Sie regt an, dieses Thema in den Programmausschuss aufzunehmen.

Herr Pienkny betont, dass das Interview nicht glücklich verlief und auch im Programmausschuss immer wieder das Thema „Fortbildung“ angesprochen worden sei. Er bittet darum, wieder verstärkt darauf zu achten, in die politische Fortbildung zu investieren.

Herr Raynal-Ehrke bedankt sich für die klare Analyse der Intendantin, die er voll und ganz teile. Über das Format „Sommerinterviews“ für Fraktionsvorsitzende könne man diskutieren. Man müsse aber dennoch nicht gleich politische Sommerinterviews abschaffen. Überlegenswert fände er, solche Interviews beispielsweise mit SpitzenvertreterInnen aus Wirtschaft, Kultur oder Zivilgesellschaft zu führen.

Herr Goiny bemerkt, die Diskussion zeige, dass man nicht weniger, sondern bessere Politikerinterviews brauche. Er schließt sich Herrn Pienkny an, in die Fort- und Weiterbildung von JournalistInnen mehr zu investieren. Keine politischen Interviews im Sommer zu führen, sei aber ein falsches Signal.

Herr Senftleben begrüßt diese schonungslose Analyse des Interviews. Niemand sei fehlerfrei, wichtig seien die Analyse und die Konsequenz daraus. Wenn ein Sender wie der rbb ein solches Format anbiete, dann müssten alle, die gewählt seien, auch die Möglichkeit haben, gleichermaßen behandelt zu werden. Grundsätzlich sei die Entscheidung, Herrn Kalbitz zu interviewen, richtig gewesen. Diesen demokratischen Grundprinzipien müsse man treu bleiben. Es gehe außerdem nicht nur um

Weiterbildung, sondern auch darum, welche Person für welches Format die richtige sei. Schließlich werde die Situation auch nicht besser, wenn solche Formate abgeschafft würden. Es müsse in diesen Zeiten im Gegenteil noch viel stärker darüber informiert werden, was einzelne Parteien vorhaben.

Herr Loge bedankt sich für die schonungslose Selbstkritik und Offenheit der Intendantin. Dazu gebe es nichts mehr zu ergänzen. Er regt an, politische Richtungen im Insiderwissen der Redakteure zu koordinieren.

Frau Halsch schließt sich dem Dank an. Sie gibt zu bedenken, dieses Format tatsächlich abzuschaffen. Das wäre ein doppelter Triumph für Herrn Kalbitz.

Herr Benn fragt, worin genau der Managementfehler liege. Er finde es richtig, die Sommerinterviews in dieser Form abzuschaffen. Man lebe nicht mehr in einer Welt ohne Rechtsextremisten in den Parlamenten. Darum könnten bestimmte Regelungen nicht mehr gelten. Man könne kein locker flockiges Interview mit Rechtsextremisten führen und wenn, dann müsse darauf reagiert werden, auch mit den Formaten.

Herr Singelstein antwortet, die Überlegung auf dieses Format zu verzichten habe nichts mit Herrn Kalbitz zu tun. Diese Interviews folgten einer bestimmten Regel, wonach es eher um einen Jahresrückblick auf das vergangene parlamentarische Jahr gehe. Inzwischen gebe es jedoch mehr Parteien und komplexere Themen. Würde man diese Themen abarbeiten, blieben für jedes Thema fünf bis sechs Minuten. Das sei genau die Zeit, die ein Politiker brauche, um sein Statement loszuwerden. Tiefe könne damit nicht erreicht werden und das sei die grundsätzliche Kritik an diesem Format der Sommerinterviews. Interviews im Sommer zu machen sei nicht die Frage.

Zum Managementfehler erläutert er, die Chefredaktion könne unterstützen, wenn sie wisse, worum es gehe. Das Problem sei gewesen, dass die Redaktionen im Haus mit der entsprechenden Expertise durch die Redaktionsleitung nicht involviert gewesen sei. Am Ende aber trage der Chefredakteur natürlich die Verantwortung. Die Interviewerin sei hier nicht dafür verantwortlich, auch wenn sie ins Schussfeld geraten sei. Er habe im Nachgang viel mit ihr darüber gesprochen, weil sie am Boden zerstört gewesen sei. Inzwischen arbeite sie wieder im Landtag, was ihn sehr freue.

Herr Dr. Schulte-Kellinghaus ergänzt, man habe bereits darüber gesprochen, dass es sich hier um ein Organisationsverschulden gehandelt habe. Somit sei es natürlich auch Sache der Programmdirektion dafür zu sorgen, Schulungen von KollegInnen mit Interviews mit Rechtspopulisten weiterzuführen und für eine Sensibilisierung zu sorgen. Er schlägt vor, im Programmausschuss noch einmal ausführlich über die Einzelheiten des Organisationsverschuldens zu sprechen.

nichtöffentlich

öffentlich

TOP 09 Änderung des Redakteursstatuts
- **Beschlussvorlage**

Frau von Kirchbach verweist auf die Beschlussvorlage (Anlage 6).

Der Rundfunkrat stimmt einstimmig der Beschlussvorlage zu.

TOP 10 Sitzung des Haushalts- und Finanzausschusses: 27. August 2020
• **Christian Amsinck**

Herr Amsinck berichtet, die Mitglieder des Ausschusses hätten sich hauptsächlich mit dem Jahresabschluss 2019 und dem Controllingbericht des ersten Halbjahres 2020 beschäftigt.

TOP 11 Sitzung des Programmbeirates ARTE Deutschland TV GmbH
1./2. Juli 2020 in Halle
• **Bernd Lammel**

Herr Lammel verweist auf die Vorlage (Anlage 7).

TOP 12 **Verschiedenes**

Es gibt keine weiteren Wortmeldungen.

Frau von Kirchbach schließt die Sitzung.



Friederike von Kirchbach
Vorsitzende des Rundfunkrates



Jana Städing
Protokoll

Anlagen

- 1 - Bericht der Intendantin
- 2 - Bericht Unternehmensziele
- 3 - Zielbild Unternehmensziele
- 4 - Bericht Digitales Medienhaus der Intendantin
- 5 - Bericht Digitales Medienhaus von Herrn Wolf
- 6 - Beschlussvorlage Redakteursstatut
- 7 - Bericht Programmbeirat ARTE Deutschland TV GmbH

115. Sachstandsbericht der Intendantin – RR-Sitzung am 27.08.2020 in Berlin

Sehr geehrte Frau Vorsitzende,

sehr geehrte Damen und Herren,

liebe Mitglieder des Rundfunkrats,

die Sommerferien sind vorbei – Corona wohl noch lange nicht. Ich begrüße Sie daher erneut unter gebührenden Hygieneschutz-Maßnahmen hier im Großen Sendesaal, dafür aber umso herzlicher.

Bevor ich beginne, möchte ich mich bedanken. Und zwar bei allen rbb-Mitarbeitenden, die in diesem Corona-Sommer in Produktion, Verwaltung und im Programm unter erschwerten Bedingungen so viel geleistet haben. Es gab sehr herausfordernde Situationen wie etwa die Demonstration der Kritiker von Corona-Maßnahmen am Brandenburger Tor, bei der ich unsere Berichterstattung über alle Ausspielwege sehr gut fand. Unsere Radios haben MA-Ergebnisse abgeliefert, von denen wir vor drei, vier Jahren noch geträumt hätten. Die Abendschau und Brandenburg aktuell hatten Rekordquoten. Kurz gesagt: Ich hatte meistens Freude daran, in den vergangenen Wochen auf den rbb zu schauen. Leider gab es aber auch durchaus Unerfreuliches, darüber sprechen wir heute noch unter Top 7.

Klar ist: wir stecken weiter in einer weltweiten Pandemie. Für unseren rbb-Alltagsbetrieb bedeutet das: Wir halten zurzeit noch an

der Standorttrennung fest, wenn ich mir die steigenden Infektionszahlen anschau, halte ich das für völlig richtig. Ebenfalls gilt weiter: Wer nicht zwingend im rbb arbeiten muss, arbeitet im sog. Mobile Office. Parallel schauen wir uns im Krisenstab, der weiter zweimal die Woche tagt, alle Maßnahmen regelmäßig an und bewerten sie. Mit unserem gemeinsamen umsichtigen Handeln haben wir im rbb die COVID-Fallzahlen sehr niedrig gehalten, diesem Weg müssen wir treu bleiben. Die Krise war und ist für uns alle nicht einfach zu handhaben, aber ich habe den Eindruck, dass wir angesichts der Herausforderungen zusammenrücken und der Sender insgesamt Stärke gewinnt.

Bevor ich jedoch zu den aktuellen Entwicklungen im rbb komme, möchte ich kurz über die **Entwicklungen innerhalb der ARD** und der Medienpolitik informieren.

In der Krise haben mehr Zuschauerinnen, Hörer und Nutzer die öffentlich-rechtlichen Angebote eingeschaltet und geklickt als je zuvor. Wenn es ernst wird, wenden sich die Menschen an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Sie suchen und finden bei uns Orientierung und verlässliche Informationen. Das sage ich explizit im Hinblick auf den Rundfunkbeitrag. Denn wir stehen an einer entscheidenden Stelle. Es geht um die Entscheidung, wie der Öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland in Zukunft verfasst sein wird, wie stark er sein kann.

Die KEF hat den Ländern vorgeschlagen, den Rundfunkbeitrag um 86 Cent zu erhöhen. Der Beitrag ist davor 11 Jahr lang nicht gestiegen. Es wurde sogar einmal gesenkt.

- 11 Jahre Teuerung bei neuer Technik und Investitionen,
- 11 Jahre Tarifsteigerungen, höhere Löhne und Gehälter - ohne eine Beitragsanpassung.
- 11 Jahre lang Digitaler Wandel und neue Anforderungen ohne Beitragsanpassung.

Die Landesparlamente haben es nun in der Hand, ob sie einen zukunftsfähigen, modernen öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland wollen, oder ob sie eine Zeit gezielt weiteren Schrumpfens einleiten wollen. Denn dazu wird es kommen, wenn der Beitrag nicht steigt.

Der Spielraum für Einsparungen in Verwaltung und Produktion ist – gerade bei den kleinen und mittleren Sendern – so gut wie ausgeschöpft. Weil der Staatsvertrag nur von allen Ländern gemeinsam verabschiedet werden kann, hängt unser Wohl und Wehe auch von einigen wenigen Parlamentariern und Fraktionen ab.

Ich denke, wir haben gute Argumente für die Beitragsanpassung, die wir mit Ihnen hier im Rundfunkrat, aber auch an anderer Stelle diskutieren. Kritisch ist die Lage in Thüringen, Sachsen und Sachsen-Anhalt. Heute ist nicht eindeutig, wie die Abstimmungen ausgehen. Ich werbe dafür und bitte auch Sie um Unterstützung.

Und damit komme ich zu den **aktuellen Entwicklungen im rbb**:

[Imagekampagne]

Mit Ironie und Kante: So tritt unser Sender seit gut einer Woche in Berlin und Brandenburg mit einer Weiterentwicklung unserer Imagekampagne auf.

Der rbb hat gerade eine gute Zeit: sehr gute Quoten, beeindruckende MA-Ergebnisse, erfolgreiche crossmediale Angebote mit vielen Klicks.

Wir haben gerade in den schwierigen Zeiten der letzten Monate enorm viel geleistet. Der rbb war da für die Berliner und Brandenburger. Das brachte uns viel Anerkennung, Zuspruch und Verbundenheit. Mehr denn je sehen uns viele als den verlässlichen Freund – so sollte es sein. Diese Energie wollen wir nutzen, und so entstand die weiterentwickelte Unternehmenskampagne.

Wo wir früher noch selbstironisch „VON FÜHRENDEN ANÄSTHESISTEN EMPFHOHLEN“ plakatierten, können wir heute selbstbewusst und mit gewohnter Kante sagen: „VERRÜCKTE ZEITEN. DER RBB WIRD BELIEBTER.“

Die neue rbb-Kampagne ist insgesamt drei Wochen in Berlin und in Brandenburger Städten zu sehen. Auf Plakaten, im rbb Fernsehen, auf Infoscreen und Online.

In den nächsten Monaten wollen wir zudem unsere Innovationskraft innerhalb des rbb noch weiter ausbauen. Deshalb entsteht in Potsdam-Babelsberg gerade ein neuer rbb Innovations-Hub, Arbeitstitel: die rbb-FABRIK.

Die Fabrik soll kreative Freiräume bieten und technisches Experimentieren ermöglichen. Sie bietet künftig die nötige Infrastruktur, um digitale und kreative Experten zu vernetzen, noch besser „outside the box“ zu denken und Neues zu entwickeln. Für uns, die wir mitten im Digitalen Wandel sind, veränderte und neue Digitalprodukte brauchen – ein wichtiger Inkubator.

Die FABRIK ist am Innovationsstandort Potsdam genau an der richtigen Stelle: zwischen dem digitalen Fritz und unserem Social Media Lab, als Nachbar des Hasso-Plattner-Institutes und der Film-Universität Konrad Wolf. Sie soll Anfang des kommenden Jahres eröffnen und die Arbeit aufnehmen. Zur Eröffnung wollen wir Sie alle schon jetzt herzlich einladen. Dann hoffentlich unter Corona-Bedingungen, die das ermöglichen.

[Innovationsmanagerin]

Neue Innovations-Räume wie die FABRIK sind extrem relevant für zukunftsorientiertes Arbeiten, aber sie sind nur ein wichtiger Faktor. Der Zweite sind die Menschen, die dort arbeiten. Deshalb freue ich mich zusätzlich sehr über eine Personalie. Seit Juni verstärkt uns Rebecca Ahlen beim Thema Innovation. Sie hat zuvor das MIZ (Medien-Innovationszentrum Babelsberg) geleitet - nur ein paar Meter vom rbb-Standort in Babelsberg entfernt.

Wie wir im rbb die digitale Transformation programmlich weiter vorantreiben wollen, darum geht es auch Mitte September. Dann bin ich mit den Programmbereichsleitern zu einem Workshop verabredet. Im Kern wird es darum gehen, welchen Anteil unseres

Etats wir in die Entwicklung von digitalen Produkten geben, welcher Anteil im Linearen verbleibt, welche Zielgruppen wir digital erreichen und welche Plattformstrategie wir konkret verfolgen wollen. Die Diskussion rund um diese Fragen wird uns sicher die kommenden Jahre begleiten.

Ebenfalls wichtig in diesem Prozess: Der Aufbau unserer „Contentboxen“. Ich freue mich sehr, dass ab dem 1. Oktober Torsten Amarell die neue Contentbox "Gesellschaft" aufbauen wird, die aus dem jetzigen Programmbereich "Unterhaltung & Junge Formate" hervorgehen soll. Herr Amarell kommt vom Mitteldeutschen Rundfunk zum rbb, dort ist er zurzeit stellvertretender Hauptredaktionsleiter Unterhaltung mit digitaler Expertise.

In Zukunft wollen wir medienübergreifend Programm, redaktionelle Experten, Mediengestalter, Zielgruppen- und Distributionsmanager in solchen Contentboxen Hand in Hand arbeiten lassen. Das erfordert völlig neue Abläufe.

Grundsätzlich kann ich mich nur wiederholen: Nicht nur die programmlichen Angebote müssen sich verändern, sondern auch bestehende Strukturen, Prozesse und Arbeitsweisen stehen durch die digitale Transformation früher oder später auf dem Prüfstand. Umso wichtiger finde ich es, dass der rbb sich dabei an gemeinsamen Werten und Leilinen orientiert. Es ist eben nicht nur wichtig, dass wir uns verändern, sondern auch, wie wir das tun. Eine Mitarbeiterbefragung dazu ist gerade zu Ende gegangen und wird jetzt ausgewertet. Auf deren Grundlage können wir uns im rbb

darüber neu verständigen, wie wir miteinander arbeiten und Veränderungen gestalten wollen.

Passend dazu haben wir uns im Sommer neue Unternehmensziele gesetzt. Über diese werde ich Sie gleich gesondert informieren.

In den nächsten Wochen wird es zudem mehrere Wahlen geben. Der Personalrat, die Freienvertretung, die Frauenvertreterin, die Jugend- und Auszubildendenvertretung und der Redakteursausschuss werden neu gewählt. Der Redakteursausschuss wird auf Grundlage eines neuen Redakteursstatuts gewählt, mit diesem Statut werden wir in dieser Sitzung später noch befassen.

A) UNSER PROGRAMM

Was unser Programm angeht, kann von einem Sommerloch bei uns im rbb keine Rede sein. Corona bestimmt weiterhin unseren Alltag und in weiten Teilen auch unsere Berichterstattung.

Bei der vergangenen Rundfunkratsitzung hatte ich die zahlreichen rbb Spezials bereits erwähnt. Nun können wir Bilanz ziehen: Insgesamt waren es 80 rbb Spezials, also 80 Sondersendungen, mit einer Durchschnittsquote von rd. 11% die die Kolleginnen und Kollegen in der Tagesaktualität produziert und ganz nebenbei noch die besten Einschaltquoten je für die Regelsendungen der Abendschau und Brandenburg Aktuell erhalten haben.

[Rekordquoten]

- Die Ausgabe der rbb Abendschau vom 20. Juli hat mit einem Marktanteil von 45 Prozent in Berlin den höchsten Wert erzielt, seit das Magazin im Dritten ausgestrahlt wird (Start: 1.10.1992). 404 000 Menschen haben die Nachrichtensendung in Berlin im rbb Fernsehen eingeschaltet, bundesweit waren es sogar 468 000.
- Und auch der „Brandenburg aktuell“-Ausgabe am 17. Juni ist eine Rekordsendung gelungen: Noch nie seit Gründung des rbb hatte „Brandenburg aktuell“ eine höhere Quote. Beeindruckende 40,9 Prozent! Fast jeder Zweite im Sendegebiet, der an diesem Abend den Fernseher anhatte, schaute die Sendung: Das waren 324.000 Menschen.

Für unsere Radioprogramme war die Corona-Zeit ebenfalls eine journalistisch fordernde Zeit. In die vergangene Media-Analyse ist diese besondere Zeit noch nicht eingegangen. Aber: Der Zuspruch vor Corona war sehr stark! Die neue Media-Analyse war die beste in den vergangenen Jahren und hat uns und allen anderen gezeigt: der rbb sendet die erfolgreichsten Radioprogramme in Berlin und Brandenburg:

- Antenne Brandenburg bleibt unangefochten Marktführer in der Gesamtregion und kann den Vorsprung noch einmal ausbauen.
- Auch rbb 88.8 erobert in Berlin wieder die Spitzenposition des Marktführers. Marktführer in Berlin wohlgerneht, dem wohl am

härtesten umkämpften Radiomarkt Europas. Nach den massiven Veränderungen im Programm ist das ein großer Erfolg für die Kolleginnen und Kollegen, die übrigens einen Großteil des Programms in den vergangenen Wochen im Homeoffice erstellt haben.

- Umso schöner ist es, dass man an den aktuellen Erfolgen sehr gut ablesen kann, wie ausgezeichnet die strategischen Veränderungen, die wir in den vergangenen Jahren vorgenommen haben, funktionieren.
- Sie erinnern sich: Früher hieß der Sender Radioberlin. Dann haben wir sowohl an den Wortinhalten als auch an der Musik gearbeitet, uns sehr viele Gedanken gemacht, wie man auch etwas jüngere Hörerinnen und Hörer ansprechen kann – „jünger“ meint in diesem Fall die Zielgruppe 50 bis 59. Und siehe da: Nach dem Neustart mit dem neuen Namen und dem neuen Konzept schalten die Jüngeren das Programm tatsächlich ein, das zeigt diese MA eindeutig.
- Ebenfalls sehr erfreulich: Auch Fritz verzeichnet deutliche Zuwächse, vor allem in Berlin. Das junge Programm des rbb, das sich im Frühjahr als digitale Marke neu vorgestellt hat, erreicht im Radio jetzt 67.000 Hörerinnen und Hörer pro Durchschnittsstunde (ma 2020/I: 60.000).
- Fritz ist unser Vorreiter bei der digitalen Transformation. Wenn wir die jungen Leute unter 30 erreichen wollen, können wir das nicht mehr ausschließlich mit einem linearen Radioprogramm machen. Die erfolgreichste Neuerung bei Fritz ist eine alte

Idee: Wir haben die Comedy „Neues vom Känguru“ von 2008 wieder hervorgeholt. Es läuft jetzt unter dem Namen „Neues vom Känguru – Reloaded“ auf YouTube und die hohen Klickzahlen bestätigen uns, dass wir mit dieser Neuauflage richtig lagen. Dazu kommen viele weitere digitale Produkte, die anderen Regeln folgen. Um das zu erreichen, haben wir die Workflows bei Fritz neu definiert. Von dieser Umstellung erwarte ich viel hinsichtlich der digitalen Transformation im gesamten rbb. Im gesamten rbb stellen wir vor denselben Fragen: Wie erreichen wir die unterschiedlichen Zielgruppen, auf welchen Plattformen? Wie erreichen wir Zielgruppen, die uns bisher fern sind? Wie produzieren wir diese neuen digitalen Inhalte? Wie organisieren wir dafür die neuen Workflows?

- Insgesamt wuchs die Gesamtreichweite der rbb-Radioflotte damit auf 31,2 Prozent (ma 2020/I: 30,6). Wir sind damit weit über unserer selbstgesetzten Marke von 30 Prozent.
- In der Corona-Krise stiegen die Visits von rbb|24 im Web und in der App im Vergleich zum Jahresschnitt 2019 um mehr als das Vierfache. Auch Monate nach Beginn der Krise liegen die Abrufzahlen noch sehr weit über dem Vorjahresschnitt. Das Gleiche gilt für das Social-Media-Angebot von rbb|24. Die Posts von rbb|24 auf Facebook, Instagram und Twitter erreichen sehr hohe Reichweiten. So wurden allein die Social-Videos von rbb|24 im April fast 11 Millionen Mal abgerufen.

rbb|24 schneidet dabei zum Beispiel auf Facebook im Vergleich mit den anderen Landesrundfunkanstalten ausgesprochen stark ab und lag hinter tagesschau.de und BR24 auf Rang drei.

Lassen Sie mich hier noch ergänzen: Wie Sie bereits wissen, haben wir uns für eine grundsätzlichere Reform unseres Programmangebotes im Kultur-Radio und Online entschieden. Aufgrund der zeitlichen Verzögerungen durch Corona folgen die programmlichen Veränderungen einem Zwei-Stufen-Plan:

1. Zum 14. September stellen wir das Sendeschema um.

Dafür haben wir wichtige Veränderungen vorgenommen, wir haben während der Primetime „Den Morgen“ von 6-10 Uhr und „Den Tag“ von 16-20 Uhr verlängert. Es wird keine Kulturnachrichten en bloc mehr geben, sondern aktuelle Meldungen im laufenden Programm. Hörbar sind dann erste Neugestaltungen im Musikprofil, wobei die Klassische Musik unsere Stärke bleiben wird. In den Tagesinnenflächen senden wir ein stark musikgeprägtes Programm „Klassik bis Zwei“ von 10-14 Uhr, „Meine Musik“ von 14-16 Uhr und eine Musikprimetime am Abend mit einer Konzertstrecke um 20 Uhr, die – so der Plan – viele Live-Konzerte übertragen soll. rbbKultur klingt in Zukunft modern, urban und anspruchsvoll, ohne abgehoben zu sein, und zwar überall: on air, off air und online. Die Entwicklung digitaler Formate ist dabei ein wesentlicher Bestandteil und wird bis zum 14. September längst nicht abgeschlossen sein. Für diese grundsätzlichen

Erneuerungen unseres Programmschemas bauen wir unsere Redaktionsstrukturen grundlegend um.

2. Im Dezember geht dann das neue rbbKultur on air und wird ergänzt sein durch ein neues Sound Design, neue Formate und Angebote.

Das Ziel: Ein noch besseres, breiter aufgestelltes Programm für die Region zu sein, das mehr Menschen für Kultur fasziniert. Keine leichte Aufgabe, aber wir sind auf einem guten, einem sehr guten Weg. Musikalisch klassisch geprägt mit hörbaren Erweiterungen im Musikprofil. In der Themensetzung fokussierter, inspirierend und aktueller.

Besondere Aufmerksamkeit erfuhren auch zwei exklusive Recherchen des rbb in diesem Sommer.

Bundesweit beachtet wurde die Recherche unserer Kontraste-Kolleginnen und Kollegen zu dem Betrug mit Corona-Sofortmaßnahmen.

Kontraste ist in der ARD nach den ersten sieben Monaten im Jahr 2020 der Spitzenreiter unter den Politikmagazinen im deutschen Fernsehen: Das Investigativ-Format im Ersten steigerte sich mit der Juli-Ausgabe auf durchschnittlich 12,0 Prozent Marktanteil (2019 gesamt: 9,0 Prozent). Im Schnitt sahen 3,3 Millionen Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer die Sendung (2019 gesamt: 2,3 Mio. Sehbeteiligung).

Aber auch Missstände abseits der Pandemie brachte der rbb durch exklusive Recherchen ans Licht.

So haben Kolleginnen und Kollegen des ARD-Mittagsmagazins, von rbb24 Recherche und dem Verbrauchermagazin SuperMarkt Mitte Juli über umstrittene Tiertransporte berichtet. Durch die erstmalige Auswertung von Datensätzen konnte das Rechercheteam offenlegen, welche Landkreise sich durch ihre „Laissez-faire“-Haltung regelrecht zu Viehexport-Drehscheiben gemacht haben.

[Kalbitz]

Solche Recherchen zeigen: Wir haben eine extrem hohe Expertise, wir haben extrem gute, investigative Journalistinnen und Journalisten bei uns im Haus. Umso ärgerlicher (!) ist, dass es uns nicht gelungen ist, diese Expertise in diesem Sommer konsequent und an entscheidender Stelle zu aktivieren. Ich spreche von dem Interview mit Andreas Kalbitz in Brandenburg aktuell in der Reihe „Politik am See“, auf das wir unter Top 7, ich erwähnte es bereits kurz zu Beginn, nochmal im Detail eingehen werden. Dieses Interview hat – zu Recht - in der Medienlandschaft, und – das kann ich Ihnen versichern - vor allem hier bei uns im Haus für viel Aufregung und Ärger gesorgt. Gerade auch bei mir persönlich. Zweifellos ist dem rbb dadurch ein nicht geringer Schaden entstanden. So etwas muss schonungslos aufgeklärt werden. So etwas darf nie wieder passieren.

Jetzt aber möchte ich mit Ihnen kurz durchatmen und erstmal auf die gelungenen Programm-Highlights des rbb in den vergangenen Wochen blicken. Denn davon gab es viele.

Film ab!

FILM

Wenn Sie den Film aufmerksam verfolgt haben, haben Sie eines unserer Vorhaben für den Herbst bereits entdecken können.

[Warten auf'n Bus]

Aber vielleicht haben Sie es auch schon in den zahlreichen Presseartikeln dazu gelesen. Wir planen sieben neue Folgen von „Warten auf'n Bus“. Die Dreharbeiten sind für Frühjahr 2021 geplant, die Ausstrahlung in der ARD-Mediathek und im rbb Fernsehen für Herbst 2021. Wichtig: Bei der Serie schauen wir ebenso wie bei „Chez Krömer“ viel stärker auf die Online-Abrufe als auf die klassische TV-Quote, die ja sehr schwankend irgendwo zwischen drei und acht Prozent lag. Wir machen diese Formate nicht fürs Fernsehen, sondern sehen sie als Teil der digitalen Transformation.

Dazu gehört die Entwicklung neuer digitaler Formate, an denen gerade eine Gruppe Redakteure und Redakteurinnen rund um die Leiterin der Online-Koordination, Anke Gaiser, und unserer neuen Kollegin und Innovationsmanagerin Rebecca Ahlen arbeitet. Mittlerweile gibt es sechs Prototypen. Darunter ein informatives

Format mit dem schönen Namen „Schleudergang“ und eines mit dem Titel „Divers. „Schleudergang“ entstand in Kooperation mit rbb24 und der Abendschau und soll Berliner und Brandenburger zwischen 30 und 38 Jahren ansprechen. Das Format beschäftigt sich mit der Lebensphase dieser Menschen, die von Turbulenzen und Neuorientierung geprägt ist. „Divers“ ist ein People-of-Color-Format, das Menschen mit ausländischen Wurzeln eine Stimme gibt und sich mit ihren alltäglichen Erfahrungen beschäftigt. Was bedeutet es migrantisch geprägt zu sein? Welche Blickwinkel haben sie auf unsere Gesellschaft? Wie würden sie gern gesehen werden? Das Format entstand in Zusammenarbeit mit rbbKultur-TV, radioeins, der Abteilung rbb Dokumentation und Berlinern mit Migrationsgeschichte der zweiten Generation zwischen 30 und 40 Jahren.

Ein weiteres Produkt, in dem es um Familie und Pubertät geht, ist ebenfalls fertig: „Boom. The Kids are OK“. Darin erklären junge Menschen Erwachsenen ihre Welt und ihre Interessen auf sehr unterhaltsame und abgeklärte Weise. Sie sind gleichzeitig die Protagonisten dieses Formats, welches Berliner, Brandenburger und ihre Teenager-Kids ansprechen soll.

B.) UNSER PUBLIKUM

Unserem Publikum nahe zu sein, mit ihm in direkten Austausch zu gehen, das geht zum einen digital, wie solche Formate zeigen.

Aber es geht auch – und trotz Corona – ganz direkt. Das zeigt unsere neu eröffnete Dachlounge, die beim Publikum sehr gut ankommt. Die Resonanz ist durchweg positiv; auch die Bewertungen auf den einschlägigen Internetportalen.

Besonders empfehlenswert: rbb 88.8 veranstaltet seit August immer samstags ein "80er-90er-Sunset". Radio mit Cocktails zum Genießen – natürlich alles Corona-konform und auch in der alkoholfreien Variante. Sollten Sie mal ausprobieren!

Außerdem freue ich mich, dass sich die Kolleginnen und Kollegen ab dem 28. August mit einer komplett neuen Abendshow von dort zurück aus der Sommerpause melden. Ingmar Stadelmann widmet sich jetzt immer freitags um 22 Uhr dem ganz normalen Berliner Wahnsinn - live aus dem STUDIO 14 mit spannenden Gästen und entsprechendem Hygieneschutz-Abstand.

Besondere Resonanz bei unserem jungen Publikum hatte auch unser erster digitaler Auszubildendentag Mitte August. Es gab Live-Chats mit aktuellen Auszubildenden, eine Live-Show im Stream zum aktuellen Ausbildungsangebot und exklusive Bewerbertrainings. Gut 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer, doppelt so viele wie im vorigen Jahr, informierten sich über das Ausbildungs-Angebot des rbb. Für das der Sender 2020 übrigens erneut das Siegel der IHK Berlin für die besondere exzellente Ausbildungs-Qualität erhalten hat. Seit 2016 ist der rbb Träger dieses Siegels.

C.) PREISE UND NOMINIERUNGEN

Und damit komme ich zu Nominierungen und Preisen.

Unser Inforadio-Kollege Michael Götschenberg ist gemeinsam mit einem Kollegen vom SWR als ARD-Terrorismusexperte für den Deutschen Radiopreis in der Kategorie „Bestes Nachrichten- und Informationsformat“ nominiert worden. Seit nunmehr fünf Jahren arbeitet das rbb-SWR-Duo intensiv an dem Thema Terrorismus. Ihre wertvollen Recherchen, Einordnungen und Analysen sind in der Berichterstattung der ARD fest verankert.

Auch Radio Fritz ist nominiert für den Deutschen Radiopreis: Einmal für die Aktion „10.000 Schlüpfen für Berlin“ und für ein Interview mit einem Pädophilen in der Podcast-Reihe „Tabulos“. Und obendrauf gibt es noch eine »Special Mention« beim German Design Award für den rbb Fritz Design Relaunch in der Kategorie „Excellent Communications Design.“

Dass auch das neue Kontraste Design – The Rock – erneut ausgezeichnet wurde, ist ebenfalls erfreulich. Diesmal mit dem German Design Award für herausragende Designqualität.

Freuen können wir uns auch darüber, dass die Brandenburger rbb-Produktion „Die Spree in Gefahr – wie Raubbau und Klimawandel einen Fluss verändern“ Teil der diesjährigen offiziellen Auswahl für das internationale Naturfilmfestival Green Screen ist, das ab 7. September stattfindet. Zudem drücken wir unserer rbb-Kollegin Esther Niemeier die Daumen, die mit ihrem Kurzanimationsfilm

„Abschied von Addai“ für den 41. News & Documentary Emmy Award nominiert ist.

Und auch, wenn ich es im vorigen Bericht kurz erwähnt habe, möchte ich es an dieser Stelle nochmals betonen: Besonders gefreut habe ich mich über zwei Preise beim Deutschen Fernsehpreis 2020 für den rbb: Einmal für die "Finals 2019" in der Kategorie "Beste Sportsendung", und einmal in der Kategorie „Sonderpreis Information“: Die unzähligen Beiträge der Berliner und Brandenburger ARD aktuell Redaktion für die Tagesschau und die Tagesthemen und die Leistung des rbb-MiMa-Teams für die ARD Extra Sendungen haben dazu beigetragen. Herr Herres trifft es, wenn er schreibt „Mit dieser Auszeichnung würdigt die Jury des Deutschen Fernsehpreises unsere besondere Stärke: Die journalistische Qualität und Informationskompetenz des Ersten, auf die sich die Menschen verlassen können, besonders in unsicheren und verunsichernden Zeiten wie diesen.“

Dafür möchte ich den Kolleginnen und Kollegen heute noch einmal ein großes Dankeschön sagen. Denn das machen Sie nicht nur in den vergangenen Wochen und Monaten oder wenn es Preise zu verleihen gibt, sondern im Prinzip jeden Tag. Dafür haben die tagesaktuellen Redaktionen meine Hochachtung!

Sie wissen, dass ich mich als amtierende Intendantin des rbb zur Wiederwahl stelle. Wir haben bereits viel erreicht. Es liegt aber noch viel Arbeit vor uns. Eines kann ich Ihnen daher versichern: Langweilig wird es uns auch in der zweiten Jahreshälfte im rbb nicht werden.

Und jetzt zu einer wichtigen Personalie über die wir schon seit längerem im Gespräch sind.

Es geht um nichts weniger als die Stelle des Chefredakteurs.

Herr Singelnstein ist seit 11 Jahren Chefredakteur in diesem Haus und eine wichtige Stimme in der Geschäftsleitung des rbb.

Herr Singelnstein ist nicht einfach nur Chefredakteur und Geschäftsleitungsmitglied, Herr Singelnstein ist ein Teil des rbb. Am ersten April nächsten Jahres wird er in den gesetzlichen Ruhestand eintreten. Dann ist er genau 65 Jahre und neun Monate alt.

Ich freue mich aber, dass Herr Singelnstein dem Sender nicht einfach den Rücken kehrt, sondern uns beratend eng zu Seite steht.

Seine Kompetenz und Erfahrung werden uns beispielsweise mit Blick auf den ARD-Vorsitz, den der rbb 2022 übernehmen will, von großem Nutzen sein.

Ich habe ihn außerdem gebeten, uns bei der strategischen Weiterentwicklung der Rundfunkorchester und Chöre GmbH und der Electronic Media School (ems) zu unterstützen.

Obwohl wir diesen Schritt so lange geplant haben (wir sind seit Januar darüber im Gespräch), fürchte ich, dass er jetzt öffentlich mit dem missglückten Kalbitz-Interview im Juli verknüpft wird. Das wäre ebenso böswillig wie falsch. Die Integrität von Christoph Singelnstein ist unangetastet, sonst hätte ich ihn auch nicht gebeten uns zukünftig weiter zu beraten.

Und ein weiterer wichtiger Posten in unserem Haus wird vakant:

Unser Kulturchef Stephan Abarbanell geht ebenfalls am 1. April in den Ruhestand. Wie viele von Ihnen wissen, ist er ja auch erfolgreicher Buchautor und wird sich dieser Aufgabe dann vollends widmen.

Auch dieser Wechsel ist schmerzlich, weil uns mit Stephan Abarbanell ein beruflich ebenfalls herausragender und menschlich hoch geschätzter Kollege verlässt.

Damit vielen Dank.

TOP 04 - Bericht Unternehmensziele

- Corona-bedingt andere Art der Zusammenkunft. Hätte wohl von uns zu Beginn des Jahres niemand gedacht
- Vielen Dank, besonders an unsere Kolleginnen und Kollegen aus der IT, dass sie das möglich gemacht haben.
- Wir haben, was unsere digitalen Arbeitsprozesse angeht, einen Quantensprung vollbracht. Dafür danke ich auch Ihnen, die das möglich gemacht haben: Schnell und unkompliziert haben sie alle auf die Herausforderung reagiert und ihre Mitarbeiter umsichtig und verantwortungsvoll durch die Krise geführt. Dabei war der rbb immer sendefähig. Darauf sind wir, bin ich sehr stolz, und ich bin froh und dankbar, dass wir bisher nur acht Infizierte im rbb hatten, die alle mittlerweile wieder genesen sind.
- Unsere Zuschauer, User und Hörer haben die vielen Sonderanstrengungen sehr goutiert. Wir haben auf allen Ausspielwegen gute, in manchen Fällen Rekord-Akzeptanzwerte, so wie bei rbb24.
- Herzlichen Dank dafür an Sie alle!
- An der Stelle möchte ich gern unseren Fernsehpreisträgern sehr herzlich gratulieren. Das MiMa-Team rund um Frau Schön hat nicht nur hervorragende aktuelle, hintergründige und journalistisch hochwertige Mittagsmagazinausgaben rund um Corona abgeliefert, sondern war auch zuständig für die - wie ich finde - modernsten Ausgaben der ARDextra Sendungen im Ersten: Frisch in der Moderation, stringent im Storytelling und journalistisch exzellent: das war richtig, richtig gut - und könnte unser Markenzeichen werden. Sendungen vom rbb für das Erste, die erfüllen genau diesen Anspruch.
- Das Gleiche gilt für die Finals - mutig, anders, frisch und modern: So kam die Übertragung der Meisterschaften rüber. Für mich eines der Höhepunkte des vergangenen Fernsehjahres und damit völlig zu Recht Preisträger des Deutschen Fernsehpreises. Herzlichen Glückwunsch an Kathi Günther und ihr Team.
- Auch gratulieren möchte ich Martina Zöllner und ihren Kolleginnen und Kollegen. Sie haben zwar diesmal leider keinen Preis ergattert, waren aber gleich mehrmals nominiert. Herzlichen Glückwunsch! „Warten auf ´n Bus“, solche Produktionen wünsche ich mir vom rbb - das ist genau das, was ich immer meine, wenn ich vom rbb als „guten Freund“ spreche, oder aber auch von einem Programm, das überrascht und Kanten hat. Ich finde, diese Serie verbindet all diese Ansprüche auf wunderbare Art und Weise.
- Und mit xxx sind wir einmal ganz neue Wege der Kooperation gegangen. Das wir auch hier gleich für einen Fernsehpreis nominiert sind, freut mich ganz besonders. Es war ein sehr erfolgreiches Jahr bisher für den rbb, wir könne sehr zufrieden und stolz sein. Wir haben mit 88,8 die Marktführerschaft in Berlin erreicht - ich kann es immer noch kaum glauben - Marktführer. Antenne bleibt weiter auf Erfolgskurs, Marktführer in Brandenburg und...in Berlin.
- Radioeins kann sich über einen beachtlichen Hörerkreis bundesweit freuen, was mich sehr freut. Dieses Programm tut dem Image des rbb gut! Genauso

wie Fritz, eine sehr starke Marke, die nun auch digital ihren Weg finden muss. Un beim Kulturradio sind wir auf einem guten - wenn auch anstrengendem Weg.

- Die Kolleginnen und Kollegen vom Inforadio haben in der Coronakrise nahezu Unmenschliches geleistet, ich bin sicher dass sich das in der nächsten MA, wenn wir dann mal wieder eine haben, auch zeigen wird.
- Ein wirklich sehr erfolgreiches Geschäftsjahr haben wir auch in anderen Bereichen hinter uns: Die Dachlounge ist eröffnet, der neue Konferenzraum fertig, mit dem Bau des CNC 1.0 haben wir begonnen - der Wettbewerb rund um das Digitale Medienhaus geht auf die Schlussstrecke.
- Für die Produktion freue ich mich sehr, dass der Bereich MIT nun völlig neu aufgestellt und alle Positionen besetzt sind. Ich denke ohne die Neuaufstellung hätten wir in der Krise nicht so gut Reagieren können. Das waren die ersten Früchte eines anstrengenden Umbauprozesses, der aber richtig war und extrem schnell. Andere Häuser brauchen für den gleichen Prozess gut und gern die doppelte Zeit.
- Außerdem freut mich sehr, dass I.P. 4.0 nun im Regelbetrieb läuft. Das war mir ein großes Anliegen von Beginn meiner Amtszeit an. Und ich bin mit Blick auf die Zukunft sehr froh, dass wir eine neue strategische Investitionsplanung implementiert haben.
- Lassen wir uns an dieser Stelle einmal kurz innehalten: wir haben so viel erreicht in diesem Geschäftsjahr - das ist beeindruckend. Und ich habe noch nicht alles aufgezählt. Dazu kamen neue Sendungen (Talk aus Berlin z.B.), die vielen Sonderanstrengungen zu Corona; der rbb macht´s hat so positiv auf uns eingezahlt, aber auch andere Initiativen in der Verwaltung haben uns gut getan: wir haben einen neuen Honorarrahmen Programm, ein neues Führungsleitbild, eine überarbeitete Revisionsordnung, eine überarbeitete Beschaffungsordnung, bald auch ein neues Datenschutzmanagement; die List ließe sich um viele Punkte erweitern, was ich hier nicht alles aufzählen will, denn wir müssen ja auch noch zum neuen Geschäftsjahr kommen, und was wir hier erreichen wollen.
- Denn die neuen Unternehmensziele sind unser strategisches Instrument, den rbb zukunftssicher aufzustellen und zu steuern.
- Wie kommen wir zu den Unternehmenszielen? Grundlage ist unser rbb-Zielbild. Das finden Sie im Intranet - ich finde aber, wir können das noch offensiver kommunizieren und sichtbarer machen. Vorschläge hierzu nehme ich gern entgegen.
- Das rbb-Zielbild formuliert unseren Anspruch und die Vision. Wofür stehen wir, wo wollen wir hin? Welches sind die Leitplanken unseres strategischen Handelns? Das ist der Rahmen, von dem ich immer spreche. Und nun geht es darum, diesen auszufüllen.
- Immer im Januar trifft sich die GL und berät über die strategischen Schwerpunktthemen des kommenden Jahres. Daraus leiten wir Unternehmensziel ab, die für alle gelten - und die Direktoren stellen jeweils extra noch Direktionsziele vor, die nur für die einzelnen Direktionen gelten, aber auf das Zielbild einzahlen.
- Die Unternehmensziel für das kommende Jahr stelle ich Ihnen jetzt gern vor:
- Das erste Ziel ist der weitere messbare Fortschritt bei der Planung rund um das Digitale Medienhaus.

- Hier geht es nicht nur um uns, sondern um die zukünftigen Generationen. Mit diesem Projekt bringen wir den rbb in eine neue Zeit - wir wandeln uns als Ganzes zum Digitalen Medienhaus - und dieser Neubau schafft die räumlichen und technischen Voraussetzungen dafür. Ich danke dem Lenkungsausschuss und dem Projektteam für ihre engagierte Arbeit. Das ist eine extreme Zusatzbelastung, zeitraubend und sehr aufwendig. Die Lenkungsausschuss-Mitglieder leisten das noch neben ihrer eigentlichen Arbeit. Vielen Dank dafür.
- Ich möchte jetzt hier nicht auf die einzelnen Abstufungen der Zielerreichung eingehen. Nur so viel: Wir sollten bis Ende des nächsten Geschäftsjahres ein externes Multiprojektmanagement beauftragt haben und es sollte auch schon ein Teilnahmewettbewerb für einen Generalunternehmer ausgeschrieben sein. Wenn wir soweit kämen, das wäre phantastisch, dann sind wir dem eigentlichen Bau schon einen großen Schritt näher gekommen. Anfang 2022 könnte es dann mit der Baufeldfreimachung losgehen, 23 würde der eigentliche Bau beginnen, Ende 25 würden wir einziehen können. So der Wunsch.
- Das zweite Ziel betrifft die Reichweiten. Weil diesmal Corona-bedingt die RadioMA ausfällt, haben wir nur Reichweiten für zwei Medien:
- Fernsehen und Online. Für die lineare Reichweite im Fernsehen haben wir uns 6,3 Prozent vorgenommen. Im Digitalen ist das Ziel mit unserem Angebot rbb24 im Schnitt rund 6 Millionen Visits pro Monat zu erreichen.
- Wir reiten also beide Pferde - beide noch jeweils im vollen Galopp. Noch, so ist meine feste Überzeugung, können wir es uns im Linearen nicht leisten, Akzeptanz zu verlieren. Und im Digitalen müssen wir weiter aufholen. Das ist anstrengend, aber alternativlos.
- Das dritte Ziel betrifft die Unternehmenskultur - und ist vielleicht auf den ersten Blick überraschend. Es zählt im Zielbild auf zwei Kriterien ein: „attraktiver Arbeitgeber“ sein, aber auch auf „Wahrnehmung steigern“. Wir möchten den rbb nachhaltiger aufstellen. Das heißt, wir geben diesem strategischen Punkt durch seine strukturelle Einbettung ein besonderes Gewicht: Seine strukturelle Heimat wird das Thema in der Unternehmensplanung finden. Außerdem werden wir einen neuen Geschäftsbericht entwickeln, in dem das Thema Nachhaltigkeit eine besondere Bedeutung zukommt. Langfristig gehe ich davon aus, dass wir unser Engagement im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) ohnehin dokumentieren und kommunizieren müssen. Nachhaltigkeit ist ein Teilaspekt davon. Auch auf operativer Ebene wird es Änderungen geben. Dazu gehört beispielsweise die „Grüne Produktion“ oder die Neuaufstellung unseres Fuhrparks. Es wird alle Bereiche betreffen. Heute werden wir dazu auch noch die Überlegungen aus dem Bereich Marketing hören.

Das Zielbild



| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| AUFTRAG | <div style="display: flex; justify-content: space-around; border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;">Regionalität</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;">Umfassende Versorgung</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;">Vielfalt</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;">Meinungsbildung</div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; text-align: center;">Wirtschaftlichkeit</div> </div> | | | |
| UNSER ANSPRUCH | <p>Wir sind das multimediale Leitmedium in der Hauptstadt Berlin und Brandenburg. Wir sind innovativ, inspirierend und mutig. Und Vorreiter in der ARD. Wir bieten exzellente Inhalte. Wir stehen an der Seite unseres Publikums. Wir agieren effizient und nachhaltig.</p> | | | |
| UNTERNEHMENSZIELE | Programmliche Relevanz | Exzellenz und Wahrnehmung | Effizienz und Digitalisierung | Attraktiver Arbeitgeber |
| MAßSTÄBE | <ul style="list-style-type: none"> • Reichweiten • Interaktion • Programmqualität | <ul style="list-style-type: none"> • Image rbb • Image in der ARD • Exklusive • Awards | <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftlichkeit • Digitaler Umbau | <ul style="list-style-type: none"> • Mitarbeiterzufriedenheit • Unternehmenskultur • Nachhaltigkeit |
| MAßNAHMEN/ PROJEKTE (Ziele 2020/2021) | <ul style="list-style-type: none"> • Jahresmarktanteil rbb Fernsehen (6,2 %) • Reichweite rbb24 (5,6 Mio. Visits) | <ul style="list-style-type: none"> • ARD-Themenwoche | <ul style="list-style-type: none"> • Digitales Medienhaus | <ul style="list-style-type: none"> • "Green Production" • "Grüner Fuhrpark,, • GF-Bericht/Nachhaltigkeit |

Bericht Digitales Medienhaus:

- Der rbb hat einen europaweiten städtebaulichen Wettbewerb mit Realisierungsteil ausgeschrieben
- Mit der Durchführung und Ausschreibung des Wettbewerbs ist das Büro **anp** aus Kassel beauftragt worden; Partnerin des Büros ist Frau Barbara Ettinger-Brinkmann, Präsidentin der Bundesarchitektenkammer. Sie persönlich hat die Ausschreibung und Durchführung geleitet.
- Zusammen mit Frau Ettinger-Brinkmann haben der Verwaltungsratsvorsitzende und die Intendantin die Einbindung von Senat, Bezirk, Denkmalschutz und Landesarchitektenkammer organisiert.
- Der Regierende Bürgermeister sowie der Bezirksbürgermeister und die jeweils zuständigen Fachsenatoren bzw. der Bezirksstadtrat für Stadtplanung und Stadtentwicklung sind persönlich eingebunden worden.
- Auch der Landesdenkmalrat wurde vor der Ausschreibung konsultiert und befasst.
- Insgesamt 97 Büros aus ganz Europa haben sich um die Teilnahme am Wettbewerb beworben.
- Ein Fachgremium aus Vertretern des rbb, unabhängigen Architekten (jeweils Lehrstuhlinhaber der Architektur), Vertretern von Denkmalschutz und Bezirk haben 15 Büros ausgewählt, die der rbb zum Wettbewerb eingeladen hat.
- 14 Arbeiten wurden eingereicht.
- Der Wettbewerb ist am 12. März abgeschlossen worden.
- Das Preisgericht tagte unter dem Vorsitz von Frau Prof. Christine Thalgott, Mitglied der Akademie der Künste; Sektion Baukunst. Es wurde zwei erste Preise bestimmt. (Henn und Steinle) und ein zweiter Preis (Baumschlager Eberle) vergeben.
- Alle drei Preisträger haben ihre Entwürfe nach Vorgaben des rbb überarbeitet und am 26.6.2020 unter Einbeziehung des Preisgerichts, des Bezirks, des Senats und des Denkmalschutzes präsentiert.

Digitales Medienhaus (Wolf-Dieter Wolf)

1. Wie ist es dem rbb gelungen, in so kurzer Zeit so viele verschiedene Partner (Senat, Bezirk, Denkmalschutz) hinter das Projekt zu versammeln?
 - Runder Tisch beim RegB als Auftakt.
 - Professionelle Immobilienentwickler als Begleitung.
 - Schlüssiges Konzept „Grüne Wiese“, das die Notwendigkeit eines Neubaus begründet.

2. Wie hat der rbb die Qualität im Wettbewerbsverfahren sichergestellt?
 - Federführung bei der Durchführung und Umsetzung des Wettbewerbs hatte ein externes Architekturbüro (anp), die sehr erfahren sind.
 - Exzellenter Ausschreibungstext auf Basis der sehr durchdachten und nachvollziehbaren strategischen Gedanken zur Grünen Wiese.
 - Hoch engagiertes und ambitioniertes Projektteam.
 - Hervorragend zusammengesetzte Fachjury.
 - Fortlaufende Einbeziehung aller relevanten behördlichen Protagonisten.
 - Prof. Thalgott, Juryvorsitzende, ausgewiesene Expertin i.S. Denkmalschutz.

3. Warum hat sie dieser Entwurf überzeugt?
 - Überzeugender Newsroom.
 - Kosten/Leistung gut.
 - Sensible Weiterentwicklung und Aufwertung des Gesamtcampus.
 - nachhaltig.

4. Welche Bedeutung hat das Projekt für den rbb?
 - Das wichtigste Projekt seit der Fusion
 - Zwingend notwendig, um Zukunft des Senders zu sichern
 - Modernisierungsschub
 - Grundlage für digitale Transformation

Vorlage für die 116. Sitzung des Rundfunkrates am 27. August 2020

TOP 09 Änderung des Redakteursstatuts

Beschlussvorschlag

Der Rundfunkrat stimmt gemäß § 13 Abs. 3 Nr. 5 rbb-Staatsvertrag der Änderung des Redakteurstatuts zu.

Sachverhalt

Gemäß § 33 rbb-Staatsvertrag stellt die Intendantin ein Redakteurstatut auf, in dem Wahl und Rechte der Redakteursvertretung sowie Verfahren zur Schlichtung von Konfliktfällen mit der Leitung des Rundfunk Berlin-Brandenburg geregelt sind. Das Redakteurstatut bedarf gemäß § 13 Abs. 3 Ziffer 5 **rbb**-Staatsvertrag der Zustimmung des Rundfunkrates.

Das bisher geltende Redakteursstatut vom 16.12.2003 in seiner Fassung vom 16. April 2015 muss angepasst werden. Der Redakteursausschuss hatte um einige Änderungen und Klarstellungen gebeten, denen die Geschäftsleitung zugestimmt hat. Die vorgesehenen Änderungen nebst Begründung sind aus Anlage 1 ersichtlich. Die Endfassung des Redakteurstatuts ist in Anlage 2 enthalten.

Berlin, 13. August 2020



Patricia Schlesinger

Anlagen

Arte – Programmbeirat am 02. Juli 2020 Hessischen Rundfunk in Frankfurt/Main

Die 115. Sitzung des ARTE Deutschland Programmbeirats fand beim Hessischen Rundfunk unter einem Corona-Hygienekonzept statt.

Der Sitzungstermin war deshalb eintägig am Donnerstag, den 02. Juli 2020 anberaumt. Einige Programmbeiräte waren per Video zugeschaltet.

Nach der **Begrüßung** wurde der geplante **Vorsitzendenwechsel** von Dr. Richard Meng (zdf) zu Herrn Rau (ARD) vollzogen.

Der Programmverantwortliche des HR für arte (Kulturredakteur) stellt sich und einige Formate vor, die für arte produziert worden sind.

In der **Aussprache** mit dem arte-Programmdirektor Bernd Mütter erfahren die Beiratsmitglieder, welche großen Herausforderungen Corona für den Sender mit sich brachte. Dort, wo Programmlücken entstanden, wurden sie mit Kulturinhalten gut gefüllt. Arte hat wenig Magazinformaten. Insofern wenige Sendungen mit aktuellem Corona-Bezug. Die Fiktionale Produktion ist stark beeinträchtigt worden.

Zuschauerquoten:

Durch Corona hat vor allem der TV-Konsum in Deutschland stark zugenommen. Arte hatte 31% Zuwachs im linearen Programm. Zum Vergleich: In Deutschland nahm der TV-Konsum insgesamt um 14% zu.

In Frankreich, wo es einen härteren Lockdown gab, nahmen die Zuschauerzahlen bei arte sogar um 50% zu.

Es waren 50 Millionen views auf der eigenen Internet-Plattform zu verzeichnen. Das sind 50% mehr als im Vorjahr.

Bericht der Geschäftsführung

Geschäftsführer Markus Nievelstein berichtet, dass es keine Coronafälle bei arte Deutschland gegeben hat. Die Situation mit Homeoffice hat sich schwierig gestaltet. Arte war nicht in die aktuelle Berichterstattung zu Corona eingebunden. Das Zuschauerecho war in den drei Monaten des Lockdowns überwältigend. Zehntausende Reaktionen waren allesamt positiv. Das hat im Sender ein gutes Klima geschaffen.

Geschäftsführer Wolfgang Bergmann ergänzt, dass arte Deutschland auch durch Quarantäne und die Situation im Elsaß betroffen war. Homeoffice hat den persönlichen Austausch gebremst und die Kreativität geschwächt.

Erfolgreich waren vor allem die Formate Twist und culture at home. Die Produktionen dauern heute deutlich länger. Durch die notwendigen Hygienekonzepte gibt es Schwierigkeiten am Set.

Daraus folgten große Einsparungen, weil ein Drittel der Produktionen entfielen. Der Sender hat versucht zusätzlich Programme einzukaufen. Der Markt wird aber immer leerer.

Es folgten zahlreiche Nachfragen.

Herr Rauch: Was wird mit den nicht verwendeten Mitteln? Antwort: Die KEF hat eigene Vorstellungen. Es gibt noch keine Lösung. Es wird eine Schere zwischen Einsparungen und Mehrkosten (Sondersendungen, Hygienekosten) entstehen. Bis Ende des Jahres sind keine regulären Veranstaltungen im Kulturbetrieb zu erwarten.

Herr Meng: Im Geschäftsbericht steht, dass einige Formate in Corona-Zeiten nicht mehr passen. Wie ist das zu verstehen? Was bedeutet das für Wiederholungsrate? Welche Quellen werden für Zukäufe genutzt?

Antworten:

- Themenabend über Billigflieger war im März fertig. Situation war über Nacht komplett anders. Zweiter Film über die Zukunft des Fliegens wurde aktualisiert. Wurde Ende März gesendet.
- Wiederholungen etwa 75% (stark angestiegen). Lieferverzögerungen. Bis zu 500 Programme sind verzögert.
Kultur bricht ein. Neue Debatte über Polizeigewalt
- European collection vom Frühjahr auf den Herbst verschoben. Start ist im Oktober geplant. Schweizer Fernsehen kommt auch dazu.

Prof. Herrmann, Bremen:

Wissenschaftler waren weniger präsent als in ARD und zdf. Stimmt das?

- Bergmann antwortet: Wissenschaftler waren präsent aus Frankreich, Schweiz und Schweden, aber nicht so häufig.

Herr Staufer:

- Was ist mit Kabel-Vodafone? Antwort: Der Vertrag ist unterzeichnet. Zahlen zu Vodafone dürfen vertraglich vereinbart nicht veröffentlicht werden.

Frau Renner:

- Barrierefreiheit? Antwort: War zweisprachig schwer zu halten.

Bernd Lammel:

- Alle TV-Formate haben während Corona kräftige Zuwächse. Gibt es Vergleiche im Marktumfeld zu den Streamingdiensten, Reichweiten und Demografie?
Antwort: Non-linear ist der Corona-Gewinner. In allen Generationen.
- Es sollte ein Termin mit der neuen Marketing-Agentur geben?
Arte hat sich von der Agentur schnell wieder getrennt.
Eine neue ist noch nicht gefunden.

Aussprache mit dem Vertreter des Programmbeirats **ARTE GEIE**, Herrn Prof. Dr. Jäger

Die letzte Sitzung wurde als reine Video-Schalte durchgeführt. Es waren bei GEIE nur 25 Mitarbeiter vor Ort. Das arte-Journal wurde gelobt. Die arte France Holding ist als Gesetzesvorhaben gestoppt,

kann aber als Dekret kommen. Es gab einen gewaltigen Digitalisierung-Schub. Das Corona-Krisenmanagement wurde als sehr gut eingeschätzt.

Programmebeobachtung:

1. „Berlin 1945 – Tagebuch einer Großstadt (1/2)“ (RBB), Dokumentarfilm, 90 Minuten, 05.05.2020, 20:15 Uhr, EA
- Die Dokumentation wurde sehr gelobt. Nur der verallgemeinernde Titel Großstadt statt Berlin wurde als verwirrend angesehen.
2. ARTE Entdeckung: Die Schwarzmeerküste: „Das Schwarze Meer: Russland“ (ZDF), insgesamt 5 Folgen, Dokumentarfilm, 43 Minuten, 12.03.2020, WH
- mehrfache Kritik, dass die politische Situation der Krim und von Russland in Georgien okkupierter Gebiet keine Rolle spielte.
3. „Re: Corona in Schweden: Bewährt sich der Sonderweg?“ (NDR), Reportage 30 Minuten, 04.05.2020, 19:40 Uhr, EA
4. „Re: Die Corona-Geisterstädte - Metropolen im Lockdown“ (ZDF), Reportage 30 Minuten, 15.05.2020, 19:40 Uhr, EA
5. Corona Wissen – Webserie (NDR), 8 bis 13 Minuten, Web-Only
Folge 1: Chancen und Risiken
Folge 8: Wann kommt die Impfung
Folge 9: Corona im Klassenzimmer

Die Sitzung wurde um 16.00 Uhr geschlossen.