

Protokoll

Sitzung des Landesrundfunkrats Baden-Württemberg des SWR
am Freitag, 12. November 2021, 9.10 – 12.30 Uhr
Schwabenlandhalle Fellbach, Raum Hesse, Guntram-Palm-Platz 1

Anwesend

Althaus, Prof. Christel
Breuning, Marjoke
Bronner, Gerhard
Ehrenfeld, Eva
Fleischer, Gundolf
Geibel, Karl
Hieber, Günther
Jordan-Weinberg, Nora
Kaiser, Prof. Dr. Dr. h. c. Bastian
Kern, Catherine, MdL
Kirchhoff, Prof. Dr. Renate
Krueger, Andrea
Kugler-Wendt, Marianne
Lehmann, Margarete
Makurath, Michael
May, Nicola
Moritz, Doro
Nemeth, Paul
Pagel-Steidl, Jutta
Paraschaki-Schauer, Argyri
Pfründer, Sarina
Rapp, Dr. Regula
Reichhold, Rainer
Rosenberg, Solange
Rosenberger, Kai
Rukwied, Joachim
Şahan, Derya
Schweickert, Prof. Dr. Erik, MdL
Seiler, Peter
Springer, Monika
Strobel, Alexander
Süß-Slania, Gitta
Wald, Tobias, MdL
Walter, Joachim
Weckenmann, Ruth
Weiß, Erol Alexander
Werner, Stefan
Wilske, Prof. Dr. Herrmann J.

Anwesend

Wölfle, Sabine
Zellhuber-Vogel, Petra

Entschuldigt

Augustyniak-Dürr, Ute
Cerqueira Karst, Leandro
Dahlbender, Dr. Brigitte
Frey, Daniel
Gläser, Claudia
Häffner, Petra, MdL
Herkert, Thomas
Holmberg, Cindy
Hoogvliet, Rudi
Iervolino, Rino-Gennaro
Jehle-Mungenast, Kai
Koziol, Prof. Dr. Klaus
Perc, Dejan
Podeswa, Dr. Rainer, MdL
Renelt, Sabine
Rietzler, Petra
Ruth-Klumbies, Anke
Salomon, Alexander, MdL
Stechl, Hans-Albert
Stoch, Andreas, MdL
Vitzthum, Dr. Anne Gräfin

Anwesend vom SWR (GL)

Büttner, Jan
Schneider, Stefanie

Anwesend von PR, BfC

Bößler, Christian
Tiyavorabun, Stefan

Protokoll

Barber, Klaus

Anwesend vom SWR

Abazovic, Ramija
Barth, Stefanie
Croce, Laura
Fritzsche, Kerstin
Göbel, Alexander
Heil, Peter
Heilbrunner, Peter

Anwesend vom SWR

Imo, Veronika
Kallfaß, Claudia
Klinar, Susanne
Mertz, Rüdiger
Oldenkott, Carola
Palumbo, Antonio
Schüler, Michaela

Die **Vorsitzende Nicola May** begrüßt die Landessenderdirektorin und den Verwaltungsdirektor, die Hauptabteilungsleiter*innen Frau Barth, Frau Oldenkott, Herrn Mertz und Herrn Heilbrunner, die Vertreterinnen der Personalräte und die Beauftragte für Chancengleichheit sowie alle anwesenden SWR-Mitarbeiter*innen. Die Presse sei wie üblich per E-Mail eingeladen worden. Sie stellt fest, dass zu der Sitzung des unter Angabe der Tagesordnung mit Schreiben vom 28. Oktober 2021 fristgerecht eingeladen worden sei. Der Landesrundfunkrat habe derzeit 62 Mitglieder und es müssten mindestens 31 Mitglieder anwesend sein. Dies sei der Fall, somit sei der Landesrundfunkrat gemäß § 7 Abs. 1 Satz 2 GO RR beschlussfähig. Änderungen oder Ergänzungen der Tagesordnung werden nicht gewünscht.

TOP 1 Genehmigung des Protokolls

Die Vorsitzende stellt fest, dass den Mitgliedern das Protokoll der öffentlichen Sitzung des Landesrundfunkrats Baden-Württemberg vom 16. Juli 2021 in Karlsruhe vorliege. Es wird einstimmig angenommen.

TOP 2 Bericht der Vorsitzenden

Vor rund einem Jahr, so **die Vorsitzende**, sei der Landesrundfunkrat Baden-Württemberg in dieser Zusammensetzung zu seiner ersten großen Sitzung zusammengekommen. Sie erlebe das Gremium als engagiert und diskussionsfreudig, sowohl was die großen Entwicklungen des Senders in dynamischer Zeit angehe, als auch in den kleinteiligen Programmebeobachtungen. Dafür danke sie allen. Damals wie heute sei der Haushalt Thema gewesen, und man könne nach einem Jahr gemeinsamer Gremienarbeit besser einschätzen, was sich hinter den Zahlen verberge. Der digitale Umbauprozess verbinde sich in den letzten Monaten mit dem sehr aufwändigen Dreistufentestverfahren und der ARD-Programmreform. Die Diskussion hier und den Ausschüssen habe sich auch viel um lineare Formate gedreht, wie etwa dem Weltspiegel. Sie fand hilfreich, dass in dem Haushaltsentwurf sehr deutlich und transparent zwischen den Ausspielwegen unterschieden und der Anteil des Digitalen jeweils ausgewiesen werde. Auch erinnert die Vorsitzende daran, dass Stellungnahmen der einzelnen Verbände und Interessensvertreter*innen zum Dreistufentest noch eine Woche eingereicht werden könnten.

Bezüglich der personellen Zusammensetzung des Landesrundfunkrats habe es einige Änderungen gegeben. Vom Landtag Baden-Württemberg seien zwei neue Mitglieder entsandt worden: Frau Kern sei als Nachfolgerin von Frau Leidig benannt worden und Frau Holmberg sei vom Landtag als Nachfolgerin von Frau Boser in den Verwaltungsrat berufen worden und gehöre damit auch dem Landesrundfunkrat an. Die Landesregierung habe zur Nachfolge von Frau Schopper Herrn Staatssekretär Hoogvliet in den Verwaltungsrat des SWR entsandt. Auch könne sie als weiteres neues Mitglied Frau Pfründer begrüßen, die als Vertreterin des Gemeindetags Herrn Kehle nachfolge. Für den Landesjugendring löse Frau Renelt Frau Daferner ab und die Liga der Freien Wohlfahrtspflege habe Frau Armbruster als Nachfolgerin von dem verstorbenen Mitglied Herrn Ruppert benannt. Dieses Entsendeverfahren sei noch nicht komplett abgeschlossen, weshalb Frau Armbruster noch nicht an der Sitzung des Landesrundfunkrats teilnehme.

Alle anwesenden neuen Mitglieder stellen sich kurz dem Gremium vor.

TOP 3 Haushaltsplanentwurf 2022

Einführend, beschreibt **die Vorsitzende**, wie der Ablauf der Beratungen im SWR-Staatsvertrag festgelegt sei. Der Intendant müsse den Haushaltsplanentwurf den Landesrundfunkräten zur Beratung zuleiten, was mit dem Schreiben vom 26. Oktober 2021 geschehen sei. Nach den Beratungen der Landesrundfunkräte werde der Haushalt vom Verwaltungsrat festgelegt, der ihn anschließend dem Rundfunkrat zur Genehmigung vorlege. Die Haushaltsansätze der Landessender seien in dem Plan gesondert ausgewiesen. So böten die Beratung in den Landesrundfunkräten Gelegenheit, den Gesamthaushalt unter landesspezifischen Aspekten zu behandeln, bevor Verwaltungsrat und Rundfunkrat über Festlegung und Genehmigung entscheiden würden.

Wegen einer Trauerfeier in Hamburg könne der Intendant nicht persönlich an der heutigen Sitzung des Landesrundfunkrats teilnehmen, daher würden der Verwaltungsdirektor und die Landessenderdirektorin den Haushaltsplanentwurf erläutern.

Der Verwaltungsdirektor fasst zunächst zusammen, dass die Gremienmitglieder elektronisch den Haushaltsplan bekommen hätten und dazu eine Vorlage, die ausführlich die wichtigsten Punkte beschreibe. Unterstützt von einer Präsentation (**Anlage 1**) wolle er sich intensiver mit der finanziellen Situation des Senders befassen, die mit einem großen Minus in der Planung sehr speziell sei, was die Rundfunkräte aber nicht beunruhigen müsse. Das Unternehmen SWR habe eine ganz eigene Finanzierung, die durch die Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) jeweils für vier Jahre festgelegt werde. Der vorliegende Haushaltsplan befinde sich im zweiten Jahr dieses Zyklus'.

Die wichtigste Botschaft sei, der SWR setze seine digitale Offensive mit voller Kraft fort. Der Haushalt sei in Zahlen gegossene Strategie, das könne man an dem Haushaltsplan ablesen. Man habe sich verpflichtet, 75% der Menschen über 70 Jahre einmal am Tag mit einem SWR-Angebot zu erreichen, bei den 40- bis 69-jährigen sollen mindestens

66% erreicht werden und bei den Unter-40-Jährigen soll es mindestens die Hälfte sein. Dafür würden gezielt für neues Programm in den Jahren 2021-2024 200 Millionen zur Verfügung stehen. Die bislang gedachte Verteilung dieses Etats sei nun verfeinert worden. Der bislang mit insgesamt 90 Millionen im vier-Jahres-Zeitraum vorgesehene Innovations-Etat starte mit 10 Millionen Euro und solle jährlich um 2,5 Millionen steigen. Das seien dann 55 Millionen für die ganze Beitragsperiode. Beim Pitching-Etat als zweitem Innovationstreiber würden alle Programmdirektionen gemeinsam über einzelne Projekte entscheiden, die nur ein Jahr voll finanziert würden, im zweiten Jahr nur noch zur Hälfte und ab dann müssten die Direktionen die Finanzierung selbst verstetigen. Nach einem höheren Start werde der Etat mit dem kommenden Haushalt auf eine Summe von 20 Millionen Euro verstetigt, was in Summe dann 90 Millionen seien. Darin enthalten sei zum Teil und übergangsweise auch die Finanzierung der 100 neuen Beschäftigungsverhältnisse, die zur Stärkung der digitalen Kompetenz geschaffen worden seien. Dritter Baustein der Programmoftensive seien die ARD-Leuchtturmprojekte, mit denen man vor allem in der Mediathek dauerhaft sichtbare Zeichen setzen wolle, etwa durch Hochglanz-Dokus. Dafür seien 12 Millionen Euro vorgesehen gewesen, zu denen durch Corona-bedingte Einsparungen aus dem Jahr 2020 noch weitere 6 Millionen dazukämen. Mit den restlichen 33 Millionen wolle man die Spielräume beim digitalen Umbau für die vier Programm-Direktionen verbessern. Dazu gehöre die Verstetigung von Pitching-Projekten, Sondermittel fürs lineare Programm und Mehrkosten durch die neue Honorarstruktur -dies in Form einer Deckungszusage, um zu vermeiden, dass dauerhafte Strukturen mit festem Personal aufgebaut würden. Diese zusätzlichen Mittel für den digitalen Umbau beliefen sich für die Landessenderdirektion Baden-Württemberg auf 1,9 Millionen, für Rheinland-Pfalz auf 1,8 Millionen, für die Programmdirektion Kultur auf 2,9 und die PD Information auf 4,4 Millionen Euro. Die restlichen 10 Millionen stünden für zusätzliche Aufgaben im Umwandlungsprozess etwa durch veränderte Produktionsbedingungen zur Verfügung. Ein Teil davon fließe dabei auch in die Barrierefreiheit, die insgesamt mit 2,5 Millionen Euro gestärkt werde, um die Untertitelung aller non-linearen Produkte zu erreichen, um Angebote in Audiodeskription, Gebärdensprache und leichter Sprache zu stärken und um die Entwicklung einer vollautomatischen Untertitelung zu finanzieren.

Die neue Direktion Innovationsmanagement und Digitale Transformation (IDT) sei noch nicht im Haushaltsplan 2022 abgebildet, weil die Entscheidung darüber ja erst im September gefallen sei. Die IDT-Mittel seien deshalb noch im Bereich der Intendanz abgebildet. Im nächsten Haushaltsplan würde die neue Direktion dann separat ausgewiesen werden und dann würde auch ein Großteil der Intendanz-Gelder dorthin wandern. Es sei ja das Versprechen gewesen, dass die neue Struktur kein zusätzliches Geld verlange, sondern durch Umverteilung finanziert werde.

Den Umwandlungsprozess von freien zu festen Mitarbeitern wolle man fortsetzen, denn es würden immer noch Personen als Freie beschäftigt wie etwa Cutter*innen, die eigentlich festangestellt sein müssten, weil ihre Tätigkeit nicht programmgestaltend sei. Die Stellen dürften aber nicht neu geschaffen werden, sondern müssten durch Abbau anderer fester Stellen erwirtschaftet werden. Dabei würden sich zwei verschiedene Umwandlungsprozesse im vorliegenden Haushalt überlagern. Im alten Prozess würden

festen Mitarbeiter*innen verrentet und deren Stellen wanderten ohne Kompensation in die andere nicht-programmgestaltende Direktion. Im neuen Prozess erhalte die abgebende Direktion aber im Gegenzug Mittel für das Netto-Budget, sodass sie damit programmgestaltende freie Beschäftigungsverhältnisse finanzieren könne. So gebe es zwar keine Einsparung, aber es würden weiterhin arbeitsrechtlich problematische Beschäftigungsverhältnisse bereinigt.

Bei dem Blick auf die finanziellen Rahmenbedingungen des vorgelegten Haushaltsplans hätten die Rundfunkräte womöglich geschluckt, da man bei einem Budget von 1,47 Milliarden Euro mit einem sehr hohen negativen Ergebnis plane. Dieses sei aber kein Grund zur Besorgnis, denn es folge dem zielgerichteten Abbau der Eigenmittel des Senders und das wiederum liege an der KEF-Systematik. Der SWR habe diese Rücklagen seit 10 Jahren durch den strategischen Einspar- und Umbauprozess erwirtschaftet und die KEF erwarte, dass der Sender diese Mittel nun ausbebe. Würde der SWR dies jetzt nicht tun, würde die ganze ARD darunter leiden, denn diese Mittel würden bei der nächsten Ermittlung des Finanzbedarfs für die nächste Gebührenperiode abgezogen werden. Deshalb gebe es dazu keine Alternative. Und man wolle ja auch die Rücklagen jetzt ausgeben, denn sie seien ja für den digitalen Wandel angespart worden. Entsprechend habe das Operative Ergebnis im laufenden Jahr ein Minus von 59,8 Millionen Euro und im kommenden Jahr sogar ein Minus von 145 Millionen Euro. Die Eigenmittel würden damit planmäßig von 388,4 Millionen Euro in 2020 auf 19,4 Millionen zum Ende der Gebührenperiode 2024 sinken.

Die Beitragserträge hätten sich positiv entwickelt, wobei das Urteil in Karlsruhe mit der Festschreibung des Beitrags auf 18,36 Euro für die Planungssicherheit sehr wichtig gewesen sei. Bei den verwendbaren Beiträgen aus der Mittelfristigen Finanzplanung geben es keine größeren Ausschläge. Die befürchteten Einbußen beim Beitrag durch Corona habe man noch nicht zu spüren bekommen. Man befürchte zwar, dass dies vor allem im nicht-privaten Bereich noch komme, doch die gute Nachricht sei, dass die Zahl der Haushalte, die gebührenbefreit seien, zurückgehe. Von den anderen Erträgen seien die Zinserträge hervorzuheben, da habe man für den kommenden Haushalt 4,6 Millionen Euro weniger geplant, weil die KEF realistischer Weise nur noch von 1,25% Ertrag ausgehe anstatt von vorher 1,5%. Die Programmverwertung sei nach oben gegangen, was mit den großen Sportereignissen zusammenhänge. Der SWR habe die Federführung der Fußball-WM in Katar, und die Erträge resultierten aus den Sublizenzen. Auch die Kostenerstattung steige, weil der SWR von den anderen Anstalten Gelder für die Fußball-WM bekomme, obwohl die Werbeeinnahmen trotz dieses Großereignisses nicht wüchsen, weil Werbung generell im linearen Fernsehen unter Druck sei. Angestiegen seien aber die Erträge aus den Rückversicherungen, denn man habe bei der Baden-Badener Pensionskasse eine Rechnungszinsabsenkung vorgenommen. Dies sehe man parallel auch auf der Aufwandsseite.

Bei den Aufwendungen würden die Honorare etwas steigen, weil hier einige der 100 neuen im Digitalen eingesetzten Beschäftigten in freier Mitarbeit zu Buche schlagen würden. Entsprechend werde der Personalaufwand bei den Festangestellten leicht sinken.

Abschließend zeige er die Nettobudgets der Direktionen, das seien die Direktmittel, die jeweils zur Verfügung stünden. Die Grafik sei eigentlich selbsterklärend. Die Gesamtsumme belaufe sich auf 516 Millionen Euro, ein Plus von 38,5 Millionen im Vergleich zum Haushalt 2021.

Die Landessenderdirektorin knüpft nahtlos an und präsentiert zunächst das Nettobudget der Landessenderdirektion Baden-Württemberg im Haushalt 2022 mit 43,7 Millionen Euro und dazu den Personalhaushalt von 24,9 Millionen Euro. **(Anlage 2)** Hierzu gehöre die Deckungszusage für den digitalen Umbau von 1,9 Millionen. Da die Direktion sehr viel aktuelle Berichterstattung mache, sei auch das Nettobudget in hohem Maße in Menschen gebunden, nämlich zu 81% in Honorare für freie Mitarbeiter*innen. Der digitale Umbau stecke nicht in reinen Geldströmen, sondern in der Umqualifizierung von Menschen, die früher für lineare Produkte gearbeitet hätten und nun ausschließlich oder teilweise fürs Digitale arbeiteten. Für Pitching-Projekte habe die LSD im laufenden Jahr 2,8 Millionen Euro bekommen. Eine weitere Grafik zeige was sich im Nettobudget von 2021 auf 2022 verändert habe. Es gebe die normale Steigerung beim Honorar- und Programmaufwand (+988 T€) und der Anteil für freie Mitarbeiter steige, weil da die schon genannten zusätzlichen Digital-Stellen dabei wären, von denen 11 Stellen im Haushalt der LSD schon sichtbar wären (+892 T€). Der Umwandlungsprozess von nicht programmgestaltenden freien Stellen schlage zu Buche (+38 T€) wie auch die Wiedereinplanung von Produktionen (+1250 T€) und die Weiterführung von Pitching-Formaten, bei denen der Etat im vergangenen Jahr nicht voll ausgeschöpft worden sei (+990 T€). Für die Produzentenallianz würde ein Plus 87 T€ eingeplant und Summe von 640 T€, die 2021 für die Bundes- und Landtagswahl eingeplant gewesen sei, würde nun wieder abgezogen. Zwei weitere Übersichten zeigen den Etat aufgeschlüsselt nach Bereichen. Auffällig sei die Steigerung im Etat der HA Land und Leute, weil dort die digitalen Formate und die Pitching-Gelder verwaltet würden.

Beim genaueren Blick auf die einzelnen Bereiche zeige sich, dass die Position "Steigerung des Programmaufwands" bei der Direktion selbst wachse. Dies sei ein zentraler Topf, aus dem Projekte der einzelnen Bereiche finanziert werden können. Die Erhöhung der Honorare bei der Big Band läge im normalen Rahmen. In den Studios stecke ein hoher Anteil der LSD-Gelder. Steigerungen würden eigentlich nur durch die veränderten Honorare entstehen. Hier lande auch ein Großteil der Deckungszusage, weil die Studios etliche Mehrkosten durch die digitalen Veränderungen und die veränderte Honorarstruktur hätten. Der besondere Fall, dass das Studio Friedrichshafen traditionell von Tübingen verwaltet werde, weil es sich einst aus einem Regionalbüro entwickelt habe, habe sich eigentlich längst überholt. Man wolle daher mit dem anstehenden Wechsel der Tübinger Studioleitung eine Trennung herbeiführen. In HA Radio habe man schon vor Jahren die beiden Wellen SWR1 und SWR4 zusammengeführt. So fielen die Musikredaktion oder der Zuschauerservice in den Etat der Leitung, weil sie synergetisch für beide Programme arbeiteten. Steigerungen gebe es allgemein durch die Honorarsteigerungen und durch zusätzliche Beschäftigungsverhältnisse durch den digitalen Umbau. Auch in der Multimedialen Aktualität habe man viele neue Beschäftigungsverhältnisse für die Online-Nachrichten bekommen, daher steige der entsprechend Haushaltsposten. Hier sehe man auch die Abzüge wegen der Wahlen und die

Mittel aus früheren strategischen Prozessen. Dahinter verberge sich die Bündelung der Hörfunk-Nachrichten in Baden-Baden und der Online-Nachrichten in Stuttgart. In der HA Land und Leute seien die "Wohnzimmer Comedy" und "Raus mit euch" Beispiele aus dem Bereich "Digitale Formate BW", der 2022 mit 2,4 Millionen Euro ausgestattet werde. Hier seien unter der Bezeichnung "SWR Mix" auch Formate wie "Five Souls" aufgeführt, an denen man weiter arbeite und deren Mittel 2021 nicht ganz verausgabt worden seien. Auch zeige sich der Umbau in den gestiegenen Ausgaben für Beschäftigungsverhältnisse und den personellen Umwandlungen.

Die Vorsitzende dankt Frau Schneider und Herrn Büttner, dass sie das Gremium durch das komplexe Werk geführt hätten. Dem Dank schließen sich in der Aussprache verschiedene Rundfunkrät*innen an und loben die gute und übersichtliche Darstellung der Zahlen sowie die transparente Präsentation.

Ein Rundfunkrat regt an, die Aufwendungen und Erträge bei sportlichen Großereignissen in einer kurzfristigen Erfolgsrechnung einander entgegenzustellen, damit man nach außen gegen Vorhaltungen argumentieren könne, man befördere im Sport die finanziellen Exzesse. Das begrüßt **der Verwaltungsdirektor** und will versuchen, die verschiedenen Etatpositionen zusammenzustellen, auch wenn man vielleicht an die Grenzen der Haushaltssystematik stoße. Ein objektives Problem sei, dass sich die Werbeerlöse nicht im SWR-Haushalt wiederfänden, sondern im Haushalt des SWR Media Service aufgeführt würden. Zu einer weiteren Frage nach einer Formulierungshilfe für die 145 Millionen minus, führt er aus, der SWR habe über 10 Jahre einen harten Einsparprozess hinter sich, bei dem man 600 Beschäftigungsverhältnisse abgebaut und 155 Millionen Euro dauerhaft eingespart habe. Insofern habe man das Geld erwirtschaftet, das man nun zum rechten Zeitpunkt für eine digitale Zukunft ausgeben wolle. Deshalb tauche dies im Haushaltsplan als Minus auf.

Ein Rundfunkrat fragt, warum die Budgets für die beiden Landessender relativ gleich groß seien. Er spreche dabei, so **der Verwaltungsdirektor**, ein großes Thema für Rheinland-Pfalz bei den Haushaltsberatungen an, wo man argumentiere, man mache genau das gleiche Programm-Angebot und fordere daher das gleiche Budget. Dagegen würde Baden-Württemberg anführen, es sei das größere Land mit fast drei Mal so vielen Einwohnern. Bei der Haushaltsplanung versuche man daher, über Vergleichstabellen zu ermitteln, in welchem Land die Programmproduktion billiger bzw. teurer sei. **Die Landessenderdirektorin** führt an, allein die Zahl der Studios im Land mache einen großen Kostenunterschied.

Frau Breuning erschien die Präsentation nicht hundertprozentig, ihr habe ein genereller Überblick über den ganzen Haushalt gefehlt. Dass man mit einem Defizit plane und bis 2024 die Eigenmittel verbrauche sei klar, aber was komme danach. Erwarte der Verwaltungsdirektor höhere Beiträge oder wolle er dann mehr sparen, etwa durch befristete Arbeitsverträge? Auch eine weitere Rundfunkrätin fragt nach dem Stand der Beitragserhöhungen. **Der Verwaltungsdirektor** antwortet, es sei eine gute Nachricht gewesen, dass das Bundesverfassungsgericht durch seine Entscheidung den Rundfunkbeitrag für die nächste Periode auf 18,36 Euro angehoben habe. Damit müsse man

bis 2024 leben. Wie es dann weitergehe, wisse niemand. Es gebe ein verfassungsgemäßes Verfahren und man könne dann für die Zeit bis 2028 den Bedarf anmelden, aber man wisse nicht, ob die neu zusammengesetzte KEF nicht den Rundfunkbeitrag dann kleinsparen wolle, und man wisse auch nicht, ob die Länder die KEF-Empfehlung politisch umsetzen. Wegen dieser Ungewissheit ab 2025 verfolge er die Strategie, dem Sender für diese Zeit die Flexibilität zu verschaffen, um mit jeder Situation umgehen zu können. Dementsprechend habe die Geschäftsleitung noch drei Jahre Zeit, ihre Hausaufgaben zu machen. Sein Problem sei die Selffulfilling Prophecy: Wenn er nämlich vorausseilend zu viele Einsparungen plane, dann leide zunächst die Wettbewerbsfähigkeit des Senders und womöglich werde die KEF dann den Beitrag trotz der allgemeinen Teuerung entsprechend absenken. Ein Mittel der Flexibilisierung seien für ihn Stellen mit sachgrundloser Befristung. In diesem Punkt sei er im Dissens mit den Gewerkschaften. Für die Präsentation des Haushaltsplans habe er sich bemüht, das komplexe Werk eingängig zu machen. Die Kritik an der Darstellung bekümmere ihn, falls dies nicht eine Einzelmeinung sei; er wolle die Erwartungen des Gremiums gerne für künftige Haushaltsberatungen im Landesrundfunkrat berücksichtigen und würde dazu auch das Feedback von anderen Gremienmitgliedern aufnehmen.

Ein Rundfunkrat fragt nach dem Umgang des Senders mit Freiberuflern und wie diese abgesichert seien. **Der Verwaltungsdirektor** betont, der SWR gehe mit Freien fundamental anders um als andere Sender. Langjährig beschäftigte Freie hätten beim SWR die gleichen Rechte haben und man habe sie entsprechend arbeitsrechtlich nah an eine Festanstellung herangeführt. So habe man im Tarifvertrag zur Honorarstrukturreform die neuen Anforderungen einer multimedialen Welt mit der Sicherheit der Beschäftigten verknüpft. Man habe sich dabei von den bisherigen Stückhonoraren für Hörfunk- oder Fernsehbeiträge verabschiedet und eine durchgängige Honorierung nach Beschäftigungstagen eingeführt, denn bei der multimedialen Redaktionsarbeit werde zwischen den Ausspielwegen nicht mehr unterschieden. Auf die Frage, wie viele Menschen denn von dem Umwandlungsprozess von freien zu festen Stellen betroffen seien, antwortet der Verwaltungsdirektor, für 2022 seien es 27,5 Menschen, die nach dem alten Prozess eine feste Stelle erhalten hätten, nach dem neuen Prozess seien es erst 4,5 Menschen. Doch man habe sich vorgenommen in diesem neuen Prozess 100 langjährig freien Beschäftigten eine feste Stelle zu verschaffen. Auf die Frage, ob diese Umwandlungen nicht zu Lasten der freien Produzenten, vor allem der freien Drehbuchautoren gingen, verweist der Verwaltungsdirektor auf den Produzentenbericht, den der SWR jährlich vorlegen müsse, wo detailliert ausgewiesen werde, wieviel Geld an Produktionsfirmen im Sendegebiet gehe und wieviel an Firmen außerhalb des Sendegebiets. Es werde geprüft, ob die Unternehmen vom SWR abhängig seien. Das Volumen der Produktionsfirmen durch die Digital-Offensive steige erheblich. Zuletzt seien es rund 76 Millionen Euro gewesen. Die Anregung, allen Gremienmitgliedern ein Infoblatt zur Honorarstruktur zukommen zu lassen, nimmt er gerne auf; er werde dort auch das angeschnittene Thema der Altersversorgung mit aufnehmen.

Auf eine Frage nach der Steuerung des Pitching-Etats antwortet die Landessenderdirektorin, dass jede Mitarbeiter*in einen Antrag stellen könne, die Idee müsse aber einen längeren Beratungsprozess über die Ausrichtung, die Umsetzung und die

Erfolgschancen zurücklegen. Entscheiden würden dann die Programmdirektoren gemeinsam, was gut funktioniere.

Auf eine Frage, ob die während der Pandemie zwangsweise eingesparten Mittel etwa durch Videokonferenzen nicht für künstlerisch anspruchsvolle Leuchtturm-Projekte der Regionalität verwendet werden könnten, entgegnet **der Verwaltungsdirektor**, er registriere auch gegenläufige Effekte durch Corona. Zudem habe man gewisse Programmvorhaben gar nicht umsetzen können und musste Mittel auf das Folgejahr übertragen. Für das Jahr 2020 habe man einen Mehraufwand von 2,7 Millionen Euro berechnet, und für 2021 würden es rund 4 Millionen Euro sein. Tatsächlich hätten sich aber die Reisekosten dauerhaft reduziert: in der Haushaltsplanung habe man sie dauerhaft um 30 % gegenüber dem Stand vor der Pandemie abgesenkt. Wobei hier nur die Sitzungsreisen und nicht die Reisen fürs Programm gemeint seien. Das Geld werde fürs Programm zur Verfügung gestellt. **Die Landessenderdirektorin** führt weiter aus, dass gerade bei der Aktualität erhebliche Mehrkosten entstanden seien. Bei vielen Produktionen sei der Aufwand gestiegen.

Auf die Frage, wie der SWR im nächsten Jahr mit Geld-Anlagen umgehen werde, betont **der Verwaltungsdirektor**, man habe Gelder bei der Greensill Bank angelegt, um negative Zinsen zu vermeiden und sich dabei streng an Vorlagen gehalten, wodurch die Einlagen gesichert gewesen seien. Künftig komme man um negative Zinsen nicht mehr herum, und zwar bei Geldern, die man kurzfristig zu Verfügung haben müsse, um übers Jahr flexibel zu bleiben. Eine anderer Rundfunkrat fragt, ob der SWR nicht, ehe er für Reserven negative-Zinsen zahlen müsse, das Geld anderen ARD-Anstalten als Kredit zur Verfügung stellen könne. Das sei tatsächlich in der Vergangenheit, so der Verwaltungsdirektor, ein probates Mittel gewesen. Man müsse nur darauf achten, dass die Gelder auch wieder zurückfließen.

Frau Weckenmann findet, dass bei aller begrüßenswerten Anstrengungen des digitalen Umbaus das Lineare langsam etwas dröge werde. **Die Landessenderdirektorin** räumt ein, dass es ein schmaler Grat sei, das Lineare und das Digitale gemeinsam zu denken. Das täte man an sehr vielen Stellen bereits, in dem man etwa die Landesschau erneuere und dabei gleich das Ausspielen von Teilen im Digitalen plane. Nur so könne man die Gelder richtig ausgeben und dafür sorgen, dass nicht eines der Bedürfnisse zurückgelassen werde. Und natürlich gelinge diese Verzahnung mal besser und mal weniger gut.

Eine Rundfunkrätin spricht an, dass Journalist*innen neue Erfahrungen machen müssten, wenn Steine gegen sie flögen oder wenn sie auf Veranstaltungen niedergebüllt würden. Welche Gelder würden in die Hand genommen, die Menschen zu ermutigen, nach wie vor ein seriöses Programm zu machen. **Der Verwaltungsdirektor** erklärt, die Geschäftsleitung nehme dieses Bedrängen und Attackieren von Reporter*innen sehr ernst und man lasse die Mitarbeiter damit nicht allein. Damit diese weiter ihren Job tun könnten, gebe es beim SWR Schulungen, wie man sich in kritische Situationen verhalten solle und es würde bei problematischen Einsätzen auch Begleitschutz durch Sicherheits-Dienstleister ermöglicht. **Die Landessenderdirektorin** unterstreicht,

zusätzlich zu den präventiven Maßnahmen habe man nach dem Vorfall bei der CDU in Mannheim auch eine konkrete Beratung der betroffenen Mitarbeiterin organisiert: Die Führungskräfte seien sich der Verantwortung gegenüber ihren Kolleg*innen sehr bewusst und würden sie verstärkt begleiten und ihnen das Gefühl geben, in ein Team eingebunden zu sein. **Die Vorsitzende** schlägt vor, dieses Thema auf der nächsten Rundfunkratssitzung im Dezember zu besprechen.

Herr Geibel merkt an, dass er kaum eine Tendenz sehe, dass die Länder in drei Jahren der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aufgeschlossener sein könnten. Schon jetzt aber hätten die Rundfunkräte die Möglichkeit, die eigenen gesellschaftlichen Gruppen darauf vorzubereiten, dass in drei Jahren ein Finanzbedarf deutlich werde. Man müsse sich auf das Schlimmste vorbereiten. Der zurückliegende Sparprozess mit dem starken Stellenabbau sei für die Menschen im Sender schmerzhaft gewesen. Dass der SWR als einziger Sender sein Defizit ausgleichen könne, liege an dem Opfer der Belegschaft. Er frage, ob diese Schraube weiter angezogen werden könne. Weil aber die KEF dieses sinnvolle Sparen bei der Beitragsberechnung angerechnet habe, sei der SWR in allen anderen Sendern zum Buh-Mann geworden. So könne der Sender nicht noch einmal agieren. Man müsse nun Politik machen und die öffentliche Diskussion führen, wo das Geld für Kostensteigerungen künftig herkommen solle. Weitere Eingriffe in Personal und Programm würden den Sinn des Senders auslöschen.

Der Verwaltungsdirektor sieht sich zu diesen Aussagen nicht im Widerspruch. Die KEF-Systematik sei für den Sender problematisch. Dazu habe es jetzt ja aus der Gremiovorsitzenden-Konferenz ein Gutachten gegeben, wie die Finanzbedarfsfestsetzung neu organisiert werden könne. Darin seien Ideen enthalten, die den Forderungen der Sender entsprächen, etwa die Möglichkeit periodenübergreifend Rücklagen bilden zu können. Er sei aber nicht optimistisch, dass es tatsächlich eine Veränderung der Systematik geben werde.

Schließlich will eine Rundfunkrätin wissen, für welche Projekte die Mittel der Herzensache eingesetzt würden. **Frau Schneider** erklärt, dass Herzensache nicht im Haushalt des SWR zu finden sei, weil sie als Verein organisiert sei. In dem Verein würde auch über die Spendengelder entschieden, was man an anderer Stelle noch einmal ordentlich darstellen könne.

Da es keine weiteren Fragen mehr gibt, stellt **die Vorsitzende** fest:

Der Landesrundfunkrat hat hiermit gemäß § 34 Abs. 2 und § 24 Abs. 3 SWR-Staatsvertrag den ihm vom Intendanten mit Schreiben vom 26. Oktober 2021 übermittelten Haushaltsplanentwurf 2021 fristgerecht beraten.

TOP 4 Bericht der Landessenderdirektorin

Unterstützt von einer Präsentation (**Anlage 3**) erklärt **die Landessenderdirektorin**, dass bei der Bundestagswahl die Musik in Berlin gespielt habe und somit die Hauptberichterstattung im Ersten gelaufen sei. Dennoch hätten auch die SWR-Landessender Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz Akzente gesetzt, etwa in einer Reportage

über Themen, die den Südwesten betreffen. Der Marktanteil in BW lag bei 7,7%, für die schwere Kost ein ordentlicher Wert.

Die Spitzenrunde im SWR Fernsehen BW sei begleitet worden von einem online-Livestream, von der SWR Aktuell-App, von dem SWR-Channel auf YouTube sowie auf Facebook und im Radioprogramm SWR Aktuell, man habe so versucht auf allen Auspielwegen alle Menschen zu erreichen. Die Quote im Linearen sei in Baden-Württemberg mit 143.000 Zuschauer*innen (MA: 4,5%) überschaubar. Parallel sei das ZDF mit seinem Wahlformat „Klartext, Frau Baerbock“ erfolgreicher gewesen. Es gehe bei so einem Thema nicht um die Quote, sondern um die Wichtigkeit für das Land.

Am Wahlabend selbst habe man insgesamt 155 Minuten aus dem Wahlstudio in der baden-württembergischen Landesvertretung gesendet. Alle wichtigen Politiker hätten sich an diesem Abend in Berlin aufgehalten. So habe man auch das einzige Interview von Bundestagspräsident Schäuble senden und den baden-württembergischen Politikern Esken, Kretschmann und Theurer eine Plattform geben können. Ein Ärgernis sei gewesen, dass Infratest die Veröffentlichung der Wahlkreisergebnisse von einer Bestätigung durch die Landeswahlleitung abhängig mache. Damit sei der SWR bei den Einzelergebnissen sehr langsam gewesen, weswegen man dies noch einmal mit Infratest besprechen müsse.

Die Kolleg*innen der Online-Nachrichten hätten auf einem Live-Ticker fast bis 3:00 Uhr neue Ergebnisse eingepflegt, bis das vorläufige amtliche Endergebnis vorgelegen habe. Das seien Formate, für die es ein digitales Bedürfnis gebe und die sehr gut funktionierten. Auch ein neu entstandener SWR-Wahlkreischeck, ein gemeinsames Projekt des LCZ und der Studios, sei beim Publikum sehr gut angekommen und habe bis zur Wahl fast eine Million Visits generiert. Drei Viertel der Zugriffe seien über Suchmaschinen gekommen. Früher habe man oft gute Angebote gehabt, die nicht gefunden worden seien. Inzwischen sei die Suche optimiert worden. Insgesamt habe das Online-Angebot von SWR Aktuell im Web fast zwei Millionen Visits generiert. Die Nutzer*innen hätten dabei tieferegehende Informationen gesucht, was daran abzulesen sei, dass bei jedem Visit im Schnitt rund 7 weitere Seiten angeklickt worden seien.

Das Angebot „Muss das so?“ habe sich gezielt auf Instagram an sehr junge Menschen gerichtet. Hier habe sich vor allem eine überdurchschnittlich hohe Interaktionsrate gezeigt durch Reaktionen, Fragen, Kommentare oder Themenvorschläge. Auch würden informative Posts von den User*innen heruntergeladen und gesichert. Hier habe ein Beitrag einen neuen Rekordwert von 3.000 sogenannten „Saves“ erzielt. So sei die Strategie zur Bundestagswahl, parallel zur ausführlichen linearen Berichterstattung die Online-Angebote und Social Media zu stärken, richtig gewesen.

Seit 1. März mache man mit dem Update eine frühe Nachrichten-Sendung auf Facebook, die nun auch um 14.00 Uhr im Fernsehen laufe. Auch hier würden Online- und TV-Redaktionen mit der Technik zusammenwachsen. Im Linearen würden regelmäßig etwa 40.000 Zuschauer*innen erreicht, dazu kämen noch einmal etwa 20.000 Aufrufe bei Facebook. Und inzwischen werde gelegentlich im BW Fernsehen sogar die 16-Uhr-

Ausgabe von Update getoppt. Nur in Rheinland-Pfalz zünde das Angebot nicht so. Auch wenn Quote und Klickzahlen schwankend seien, sei man technisch vorangekommen. Auch Dank des parallel eingerichteten 'Selbstfahrer-Platz' sei man gewappnet, im entsprechenden Ereignisfall schneller und unkomplizierter live gehen zu können.

Dass man im Linearen unterschiedliche Zielgruppen trotz Digitalisierung erreichen könne, zeige die SWR1 Hitparade. Das Angebot, das Menschen durch ihr ganzes Leben begleiten würde, verknüpften diese mit echter Bindung und Herzenswärme. Es habe in diesem Jahr einen Rekordwert an Hörer*innen gegeben, die abgestimmt hätten. Die Quote könne man nicht bestimmen, aber es hörten immer mehr Menschen auch Radio über digitale Ausspielwege, hier habe es 1,2 Mio. Audio-Wiedergaben von SWR1 übers Netz gegeben. Die Menschen wollen dabei sein. Das sei mehr als Radio hören, es sei eine emotionale Verbindung zu einem Programm und auch zum SWR, was unbezahlbar sei. Im Oktober habe es fast 55.000 Neu-Installationen der SWR1-App gegeben, die meisten davon in der Hitparaden-Woche. Und man sei wieder im Land unterwegs, gehe zu den Menschen nachhause. Es habe ein Team gegeben, das jeden Tag auf einem Marktplatz zwischen Bad Mergentheim und Bodman-Ludwigshafen den Leuten nahegekommen sei. Sie glaube, man habe es mit einem ähnlichen Phänomen zu tun, wie bei "Wetten dass", dass es nämlich jenseits aller Zielgruppen und über Generationen hinweg ein menschliches Bedürfnis nach Gemeinsamkeit gebe.

Mit "SWR4 Schlager" habe die Radiowelle, die sich linear eher an Ältere richte, ein neues Segment, das viele jüngere Menschen auf digitalen Plattformen erreiche. Zu „On Mai Way“ mit Vanessa Mai würden jetzt weitere Formate wie "OMG" oder "Schlager Suite" ausprobiert.

Bei der regionalen Comedy habe man die „Wohnzimmer-Comedy“ überarbeitet. Statt eines durchgehenden Erzählstrangs gebe es nun neben altbekannten Comedians junge Nachwuchstalente, um diesen eine Chance zu geben.

SWR-Produktionen hätten auch Preise gewonnen. Die „Handwerkskunst“ habe vom Deutschen Werkbund Baden-Württemberg einen Sonderpreis verliehen bekommen für Ideen und Konzepte, die innovativ und gesellschaftlich wichtig seien. Ebenfalls ausgezeichnet mit dem Willi-Bleicher-Preis 2021 der IG Metall Baden-Württemberg sei das Feature „Die Hoodie-Macher - Jobs für Menschen mit Handicap“.

Nach über einem Jahr könne die SWR Big Band wieder auftreten mit einem Programm über Kinder- und Schlaflieder sowie mit einem Konzert zum 100. Geburtstag von Charlie Parker. Im nächsten Jahr werde die Big Band dann ihren eigenen Geburtstag nachfeiern.

Bei den Neubauten der Studios gehe es voran. Das Gebäude in Mannheim habe zumindest schon eine Bodenplatte. Noch dieses Jahr werde es für das neue Studio in Heilbronn den Spatenstich geben. Und im Studio Friedrichshafen sei erfolgreich ein neues, hochmodernes Hörfunkstudio als Pilot in Betrieb gegangen.

Bei der „Herzessache“ wolle man auf die Gala verzichten, die aufwändig und teuer sei, und stattdessen die diesjährige Spendenaktion mit der erfolgreichen Sendung "Schlagerspaß mit Andy Borg" verbinden. Das gebe der „Herzessache“ deutlich mehr Aufmerksamkeit und man gehe ökonomisch mit den Produktionsmitteln um.

TOP 5 Bericht aus dem Landesprogrammausschuss

Der Ausschuss habe, so **Frau Moritz**, genauso lebendig diskutiert wie der Landesrundfunkrat. Dabei habe der Umbau-Prozess im Zentrum des Berichts der Direktorin gestanden, was wichtig sei, damit das Gremium die Prozesse verstehe und kritisch begleiten könne. Zu den zahlreichen gleichzeitig anlaufenden Prozessen seien bei Audio und Video Arbeitsgruppen gebildet worden, deren Ergebnisse dann im nächsten Jahr vorgelegt werden sollen. Deutlich sei auch geworden, dass der Aufbau der digitalen Angebote nicht dazu führen dürfe, dass das lineare Fernsehen vernachlässigt werde. Auch für die Ausgestaltung der Studios mit vergleichbarer Ausstattung bis 2025 gebe es einen Plan. Deutlich sei auch die Herausforderung geworden, dass Menschen etwa im Online-Bereich nun neue Tätigkeiten leisten und dafür fortgebildet werden müssten, sowohl durch große Schulungen als auch durch individuelle Weitergaben von Kompetenzen. Beeindruckt habe den Ausschuss die Tatsache, dass es allein im nachrichtlichen Umfeld 30.000 bis 40.000 Kommentare gebe, die bearbeitet werden müssten. Deutlich werde der Umbau auch im Bereich "Digitale Formate", wo die Hälfte der 100 neuen Stellen angesiedelt werde. Um die Regionalität in der digitalen Welt abzubilden, seien neue Formatideen vorgestellt worden, wobei die Medienforschung eingebunden werde. Schließlich habe die Landessenderdirektorin auf den CDU-Kreispartei-tag in Mannheim zurückgeblickt und es sei deutlich geworden, dass die betroffene Reporterin Unterstützung bekommen habe und es schon präventive Angebote für Reporter*innen gebe.

Vorge stellt habe sich der neue SWR4-Programmchef Tim Bekendorf, der eine moderate Weiterentwicklung bei SWR4 angekündigt habe.

Die Programmebeobachtung zu SWR aktuell über alle Ausspielwege sei von den beiden Referenten sehr intensiv vorbereitet worden und in den zahlreichen Diskussionsbeiträgen sei es weit über die besprochenen Sendungen hinaus grundsätzlich über die Nachrichten-Angebote gegangen. In der nächsten Sitzung habe man sich zur Beobachtung die Landesschau vorgenommen.

Schließlich habe sich der Ausschuss mit einer Programmbeschwerde befasst und ebenfalls sehr intensiv diskutiert, wobei aus dem Gremium sehr kritische Bemerkungen gekommen seien.

TOP 6 Aussprache zu TOP 4 und TOP 5

Ein Rundfunkrat ärgert sich in Musiksendungen über schlecht dargebotenes Playback und fragt, ob es nicht eine Quote für Live-Darbietungen gebe. **Die Landessenderdirektorin** antwortet, dass da keine Quote gebe, da live-Musik im Fernsehen sehr teuer

und aufwändig sei. Auch wollten viele Künstler das nicht, weil sie dazu nicht in der Lage seien.

Den Bedenken **einer Rundfunkrätin**, dass schnellere Arbeitsweise bedeuten könnte, dass Reporter*innen weniger Zeit zum Recherchieren hätten und das Vier-Augen-Prinzip wegfallen könne, widerspricht **die Landessenderdirektorin**. Schneller werden hieße, dass der Sender reaktionsfähiger werde und sich nicht erst mit vielen Menschen absprechen müsse, bevor man auf Sendung gehen könne. Recherche bedürfe es dazu parallel und vielleicht sogar intensiver, denn sie sehe lieber weniger Themen, die aber besser eingeordnet werden.

Frau Paraschaki-Schauer will den Fokus auf die Darstellung von Vielfalt legen. Es sei zwar Vielfalt gezeigt worden, aber nur aus einem Teil der Gesellschaft. Es sollte aber Vielfalt als Normalität dargestellt werden, etwa sollten in der aktuellen Berichterstattung oder bei der SWR1-Hitparade Menschen gefunden werden, die etwas anders aussehen und nicht nur bei Extrem-Formaten wie "FiveSouls". Sie habe kürzlich das Team eines privaten TV-Senders beobachtet, das gezielt nicht diverse Bürger angesprochen habe. **Die Landessenderdirektorin** sagt, dass der SWR bei Umfragen versuche, die Bandbreite der Bevölkerung abzubilden und den Migrationshintergrund aufscheinen zu lassen. Das Bewusstsein für Vielfalt sei vorhanden und es werde auch umgesetzt, etwa bei den Moderatorinnen der neuen Schlager-Formate, Vanessa Mai und Jana Ina Zarrella, die einen Migrationshintergrund hätten, aber keinen Wert darauf legen, dies zu etikettieren. Das sei die Selbstverständlichkeit, die gewünscht sei. **Frau Oldenkott** ergänzt eine vier Jahre alte Untersuchung, die herausgefunden habe, dass 34% der Baden-Württemberger mit Migrationshintergrund angeben würden, dass sie SWR1 hörten. Bei SWR4 in Rheinland-Pfalz seien die Menschen mit Migrationshintergrund sogar in der Mehrheit. Das sei die Realität, aber Migration sehe man nicht immer auf Bildern, wie bei Vanessa Mai.

Herr Geibel kommentiert die Ausführungen der Berichterstattung zur Bundestagswahl. Er habe ein vielfältigeres Angebot wahrgenommen als bei der Wahl vier Jahre zuvor. Auch den Wahlabend aus Berlin zu berichten sei wegen der Nähe besser gewesen als zuletzt. Man dürfe auch nicht die Konkurrenz zur ARD sehen, sondern der SWR stehe für notwendige publizistische Vielfalt mit dem Auftrag regional zu berichten. Der Zuschauer habe sich zurückziehen können, um regionale Informationen abzuholen. Doch die Wahrung einer solchen Berichterstattung sei nicht die Quote, sondern die Wahlbeteiligung und der Beitrag zur Meinungsbildung. Das sei der Grundversorgungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und dem sei der SWR gerecht geworden. **Die Landessenderdirektorin** merkt an, dass viele Menschen in der Gesellschaft dies anders als Herr Geibel sehen und den doppelten und dreifachen Aufwand kritisieren würden. Der Riesenaufwand sei aber notwendig, deswegen sei sie dankbar für den Kommentar.

TOP 7 HA Land und Leute: „SWR Raus mit Euch“

Herr Göbel will einen Einblick in die Praxis geben und zeigen, was gemeinsam mit Regionalen Unterhaltung Rheinland-Pfalz mit den Pitching-Mitteln finanziert und

realisiert werde (**Anlage 4**). Mit den bislang produzierten Formaten im linearen Fernsehen wie "Treffpunkt" oder "Expedition in die Heimat" habe man eher eine ältere Zielgruppe erreicht. Jetzt habe man sich vorgenommen, jüngere Familien zu erreichen, weil es für diese Zielgruppe nicht so viele Angebote gebe. Man wollte die 30-45jährigen ansprechen, die Interesse an Outdoor, Action und Wandern hätten. Als erstes sei ein Produkt gemeinsam mit dieser Zielgruppe entwickelt worden. Bei Menschen, die dieser Gruppe entsprächen, wurden deren Bedürfnisse, Erwartungen und Interessen abgefragt. Parallel dazu habe es eine umfassende Marktanalyse gegeben, um zu erkunden, was der SWR in diesem Bereich besser machen könne. Herausausgekommen sei dabei "Raus mit euch", ein Outdoor-Kanal der im September auf YouTube gestartet sei. Im Moment gebe es fünf Familien aus den beiden Ländern, die regelmäßig Freizeitangebote oder Ausflugsmöglichkeiten testen würden. Dabei bekämen die Nutzer*innen Anregungen und Tipps, was sie im Land und auch außerhalb des Sendegebietes erleben können. Es gehe um Geheimtipps und um die Kosten und um Einkehrmöglichkeiten. Die Familien deckten Schwachstellen und Probleme auf, etwa die Tauglichkeit für Kinderwagen oder Rollstühle. Dazu gebe es eine Packliste für die Dinge, die man mitnehmen sollte. Die Tipps und Bewertungen seien ehrlich, die Familien seien inhaltlich frei bei der Beurteilung. Das Angebot sollte Eltern wie Kindern gefallen. Schließlich sei der Sender interessiert mit den Nutzer*innen in Austausch zu kommen. Der Starttermin im September sei nicht ideal gewesen, weil einerseits die Corona-Infektionszahlen wieder angestiegen seien, andererseits spreche die Jahreszeit eher für Beschäftigungen im Haus. Man sammle aber Erfahrungen, um das Produkt zu optimieren, wenn es dann im April richtig losgehe. So habe man schon gelernt, die Filme kürzer zu machen, von ursprünglich gedachten 15 Minuten auf jetzt circa 10 Minuten. Derzeit erscheine jede Woche ein Video, man habe etwas mehr als 1000 Abonnenten und erreiche tatsächlich das angepeilte Alterssegment. Es gelinge also, regionale Inhalte für jüngere Menschen aufzubereiten. Als nächsten Schritt wolle man das Angebot bekannter machen, in dem man in anderen Kanälen Werbung mache und Cross-Promotion im Linearen betreibe, indem man Beiträge in den beiden Landesschauen oder im Treffpunkt ausspiele. Zuletzt zeigt Herr Göbel die Seite von "Raus mit euch" und spielte einen Trailer.

In der **Aussprache** gibt im Gremium durchweg Lob und Ermutigung für das Format. Baden-Württemberg habe viele Schätze vor Ort zu bieten und Filme über Tourismusziele wären für das Urlaubsland wichtig. Geraten wurde aber, nicht nur die absoluten Highlights zu besuchen, die in der Corona-Zeit schon überlastet gewesen seien, sondern auch auf kleinere Orte hinzuweisen. Gelobt wurde auch, dass in den Filmen Familien gemeinsam etwas unternehmen würden, zudem in der Natur und mit Bewegung, was den sozialen Zusammenhalt stärken könnte.

Auf die Frage, warum die Eroberungszielgruppe auf einem Chart als genügsam und heimatverbunden bezeichnet würde und was diese Eigenschaften mit dem Inhalt des Formats zu tun hätten, antwortet **die Landessenderdirektorin**, diese Bezeichnung gehe auf die U50-Studie zurück, bei der Typen gebildet würden und denen gewisse Eigenschaften und Interessen zugeordnet würden. Die Namen dieser Typen wie "Heimatverbundene" oder "Genügsame" seien manchmal fragwürdig.

Herr Göbel versichert, bezogen auf eine Frage, man achte auf journalistische Sorgfaltspflicht und auch auf die Zulässigkeit von den besuchten Orten, dass zum Beispiel nicht mit Fahrzeugen durch Schutzgebiete gefahren werde. Auf Frage wie die Familien ausgewählt worden seien und ob sie nicht zu ähnlich seien, berichtet er, dass man erst einmal fünf Familien suchen musste, die bereit waren, mehrere Wochenenden mit dem Kamerateam zu verbringen und deren Kinder auch auf Instagram ihr Gesicht zeigten. Man teste derzeit noch aus, ob es sinnvoll sei, den Bekanntheitsgrad der Familien zu erhöhen und eventuell Köpfe zu entwickeln. Man habe auch Familien ausgewählt, die auf Instagram schon mit Ähnlichem aktiv seien und somit Reichweite mitbrächten. Man habe aber auch sehr viele Absagen bekommen. Bei der Diversität sei sicher noch Luft nach oben.

TOP 8 Verschiedenes

Da es keine weiteren Wortmeldungen gibt, dankt die Vorsitzende für die wieder intensive und lohnenswerte Diskussion und beendet die Sitzung.

Stuttgart, 7. Februar 2022

gez. Klaus Barber

Protokoll

gez. Nicola May

Vorsitzende des SWR-Landesrundfunkrats Baden-Württemberg



SWR



HAUSHALTSPLAN

ENTWURF 2022

Sitzung des Landesrundfunkrats
Baden-Württemberg
am 12. November 2021



Wir haben versprochen:
VOLLE KRAFT NACH VORN..
Und dabei bleibts!

200 MIO. €*

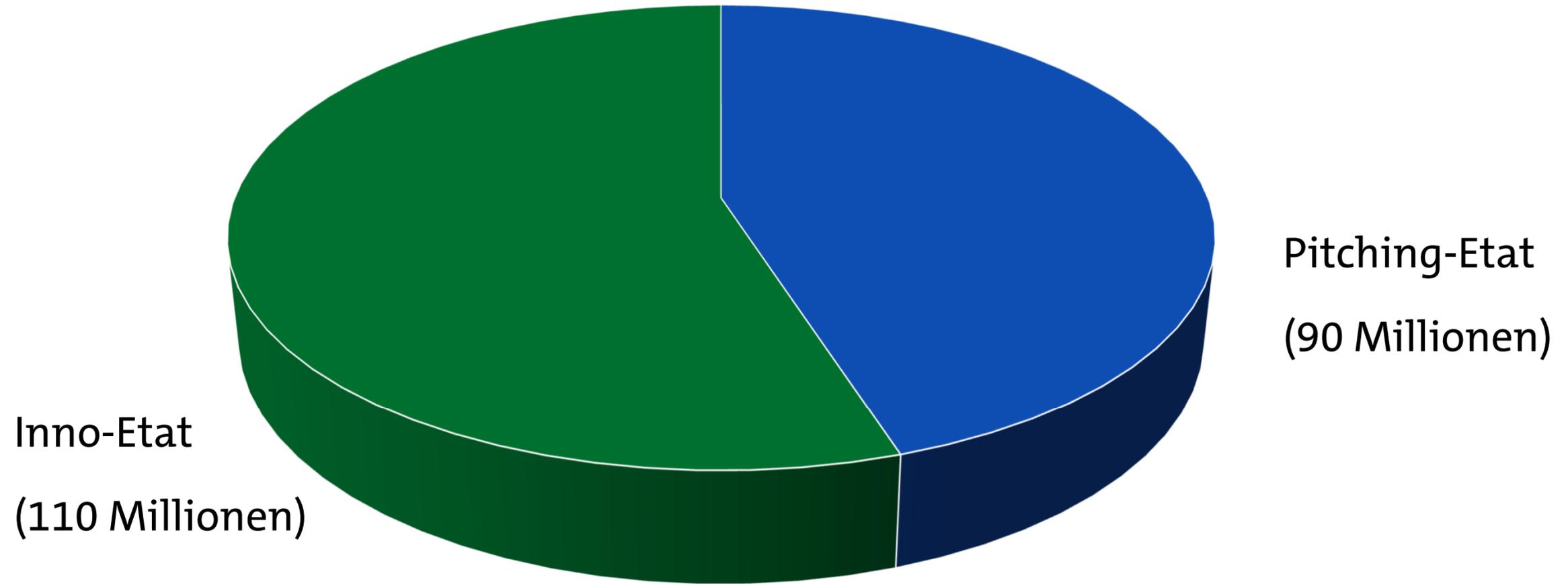
FÜR NEUES PROGRAMM

***FÜR 2021 - 2024**

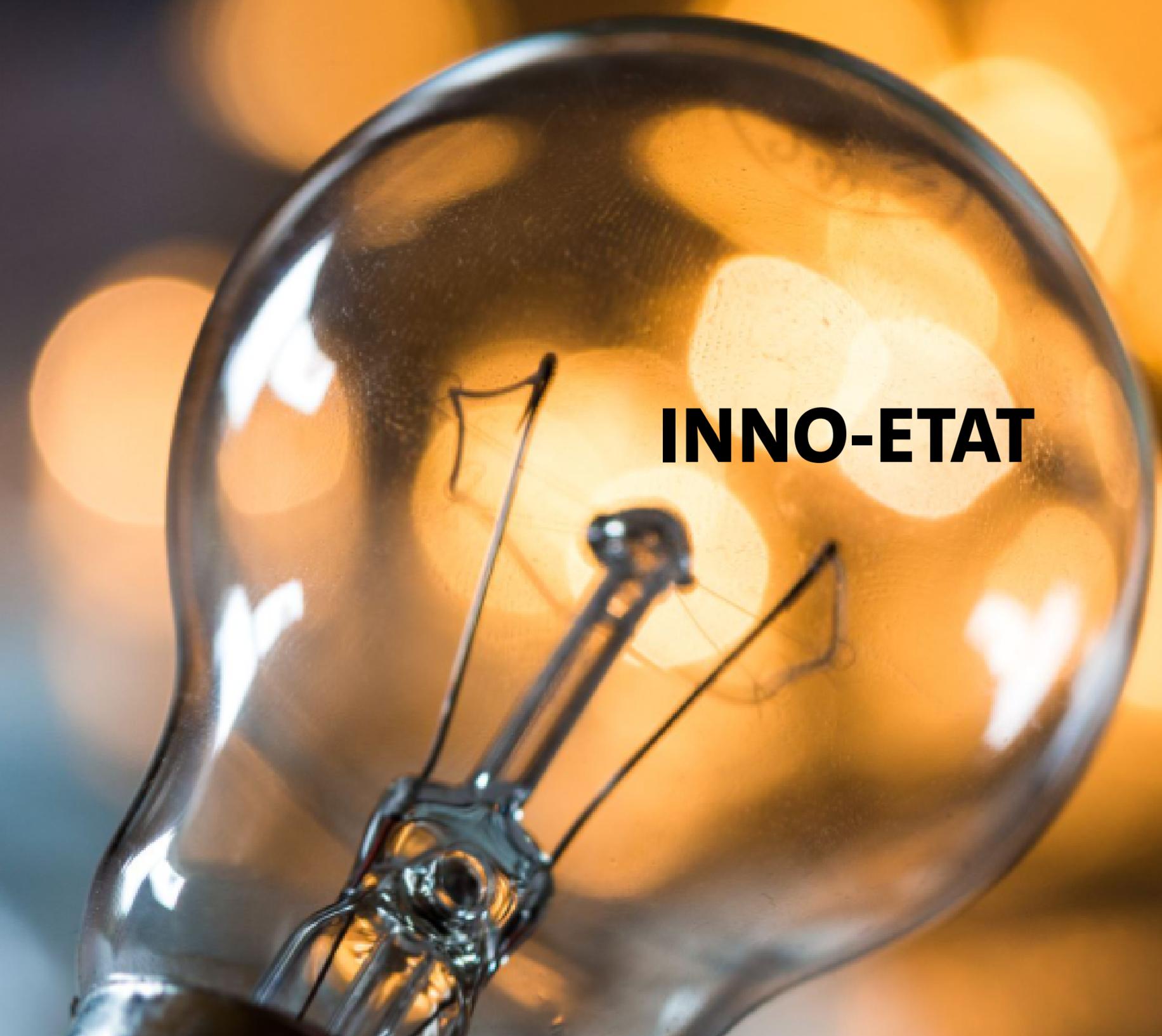


200 MIO. € FÜR NEUES PROGRAMM (2021-2024)

Aufteilung bisher:



INNO-ETAT



X LAB – DAS TEAM



Vanessa Wormer
Leitung



Andrea Eberhart
Senior Projektmanagerin
& stv. Leitung



Viola Granow
Innovation Analystin



Wolfgang Klein
Senior Innovation
Manager



Daniel Stolz
Innovation
Manager



Merve Kayikci
Junior Innovation
Managerin



Sebastian Demuth
Junior Innovation
Manager



Tim Philipp
Media Producer

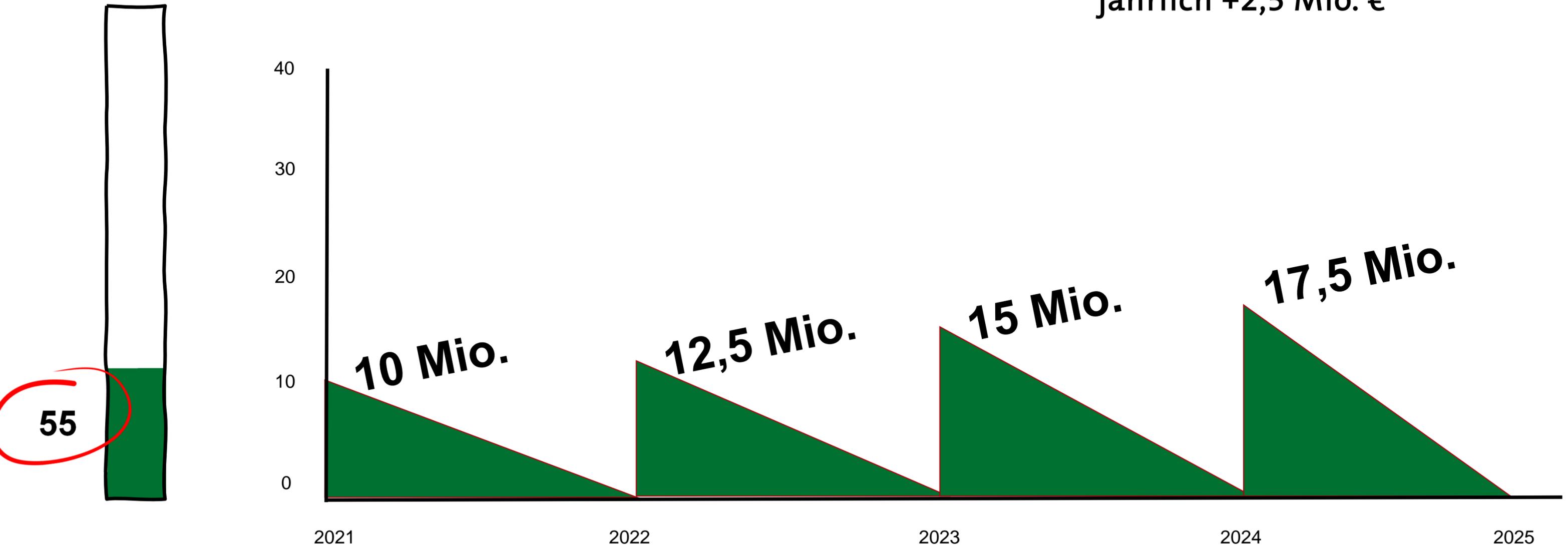


Katharina Schreiber
Doktorandin

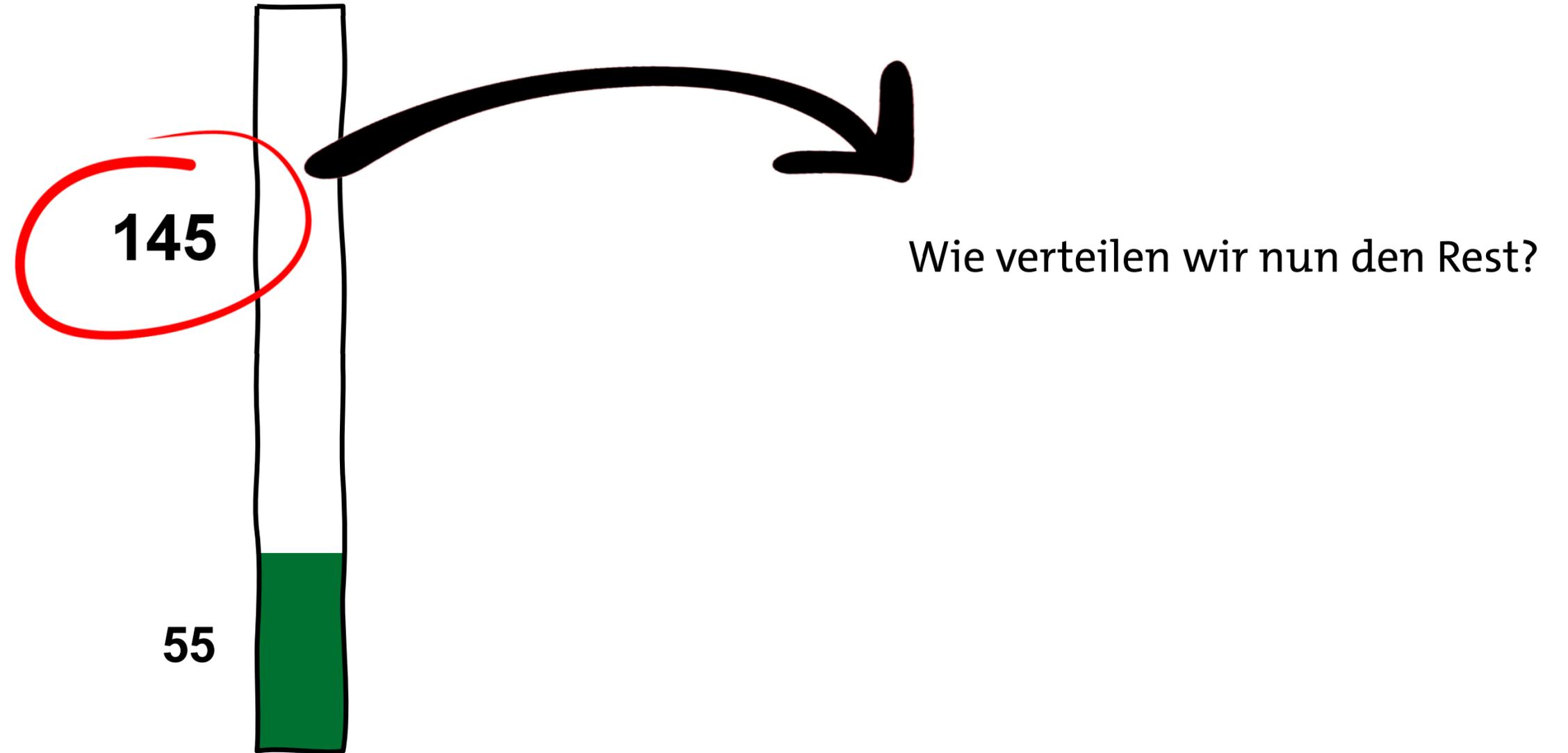
INNO-ETAT

Gesamt: 55 Mio. € (2021-2024)

Neu: Projektbezogen
jährlich +2,5 Mio. €



200 MIO. € - NEUVERTEILT



PITCHING-ETAT



»» DAS DING

SPORT ERKLÄRT
SWR»»
SPORT

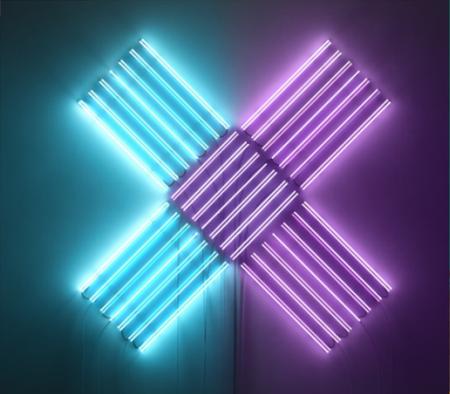


JEDEN M...
BRUS

ICH BIN SOPHIE SCHOLL
SWR»»
und BR

ROOM TOUR
SWR»»

HANDWERKS KUNST
SWR»»



ÖKO CHCKR
SWR»»



KOCH EIN!
SWR»»

DIE SCHEUNE
SWR»»



LOS gefragt
SWR»»

VERSTEHEN SIE SPASS? KIDS
SWR»»

MIX TALK
SWR»»

SWR»» DOKU



JACK REID

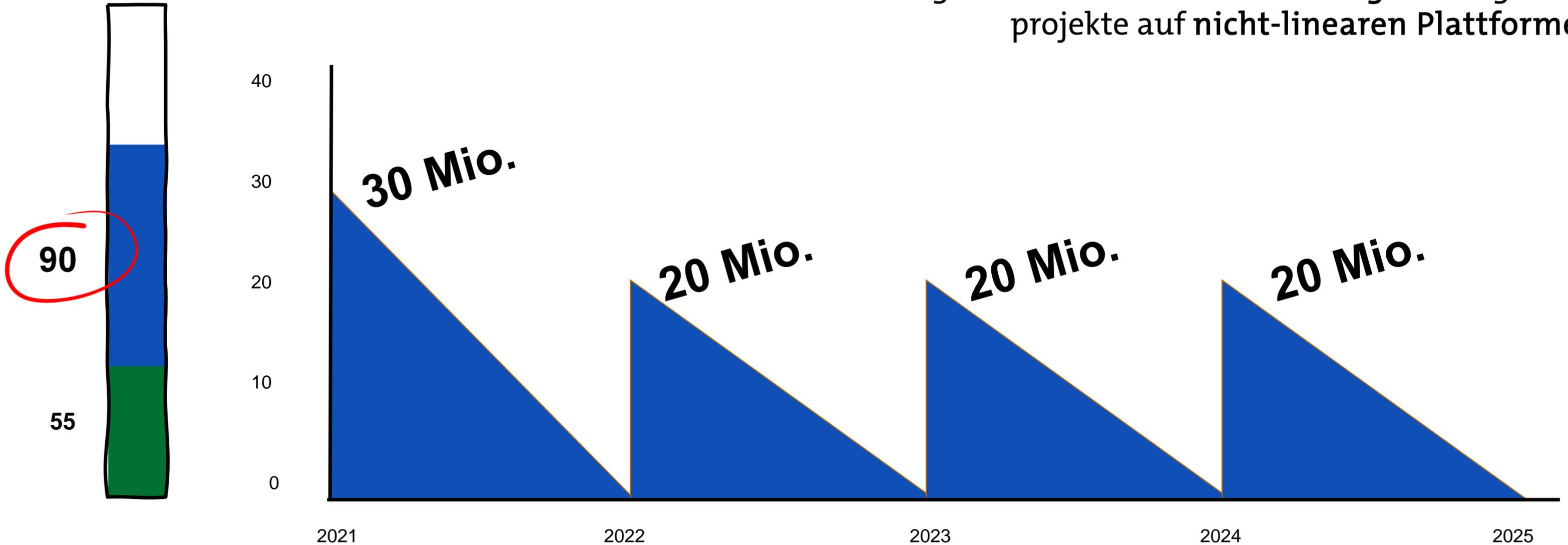


PITCHING-ETAT

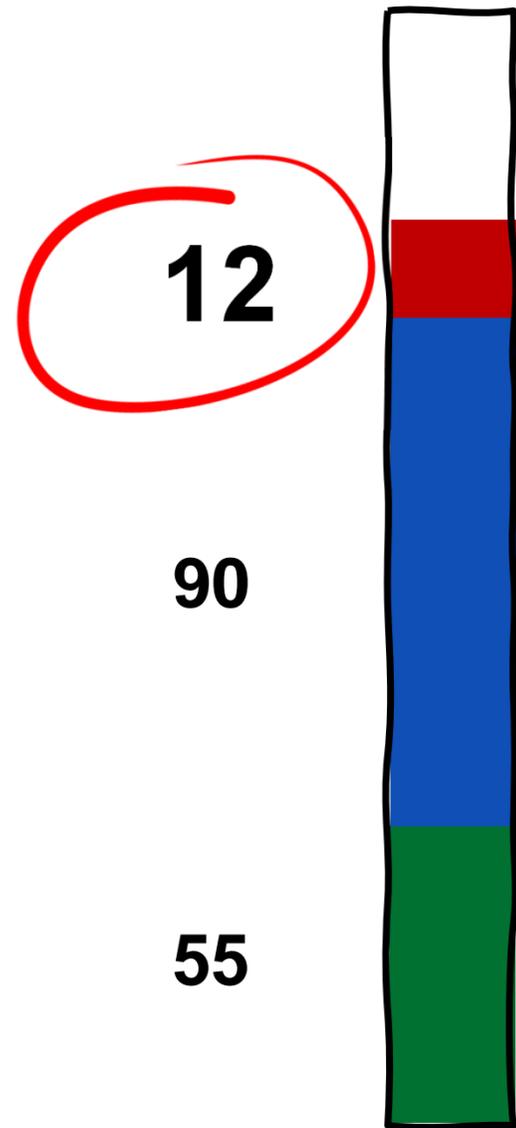
Gesamt: 90 Mio. € (2021-2024)

Daraus: Finanzierung der 100 BVs

Künftig: Ausschließliche Nutzung für Programmprojekte auf nicht-linearen Plattformen

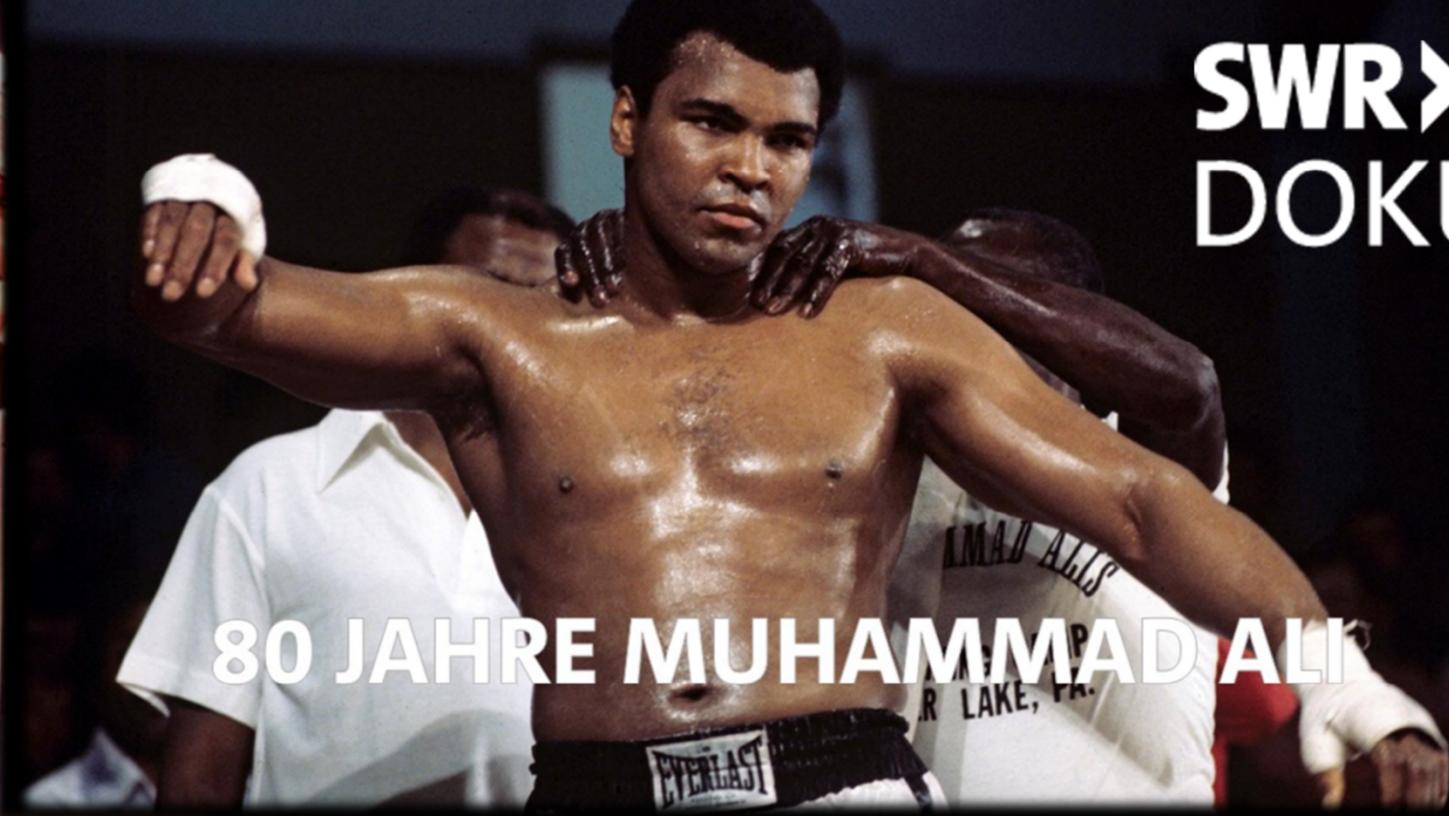


200 MIO. € – NEUVERTEILT – ARD-LEUCHTTURMPROJEKTE



12 Mio. €
+ 6 Mio. €
(2022-2024)

6 Mio. € zusätzlich aus Einsparungen 2020!!!



FRONTMEN

80 JAHRE MUHAMMAD ALI



DIE TOTEN HOSEN IN OST-BERLIN



EIN HAUCH von Amerika 1

DIGITALER UMBAU



ca. 33 Mio. €
(2022-2024)

DIGITALER UMBAU

- Das wird dadurch gelöst:
 - Erleichterung der **Verstetigung von Pitching-Projekten**
 - Sondermittel für **lineares Programm**
 - Mehrkosten **Honorarstruktur**

- Konditionen:
 - **3%** in Höhe **ihres jeweiligen Gesamtbudgets** für Programmdirektionen (insgesamt ca. 11 Mio. € / Jahr)
 - Dadurch: **kein dauerhafter Beschäftigungsaufbau**
 - Nur **bis Ende Beitragsperiode** (2024)
 - Jedes Jahr **per Deckungszusage**

DIGITALER UMBAU

Das **bedeutet** für die Programmdirektionen pro Jahr:

LS BW: 1,9 Mio. Euro

LS RP: 1,8 Mio. Euro

PDK: 2,9 Mio. Euro

PDI: 4,4 Mio. Euro



11 Mio. €*
(jeweils 2022 - 2024)

*Jedes Jahr per Deckungszusage

DIGITALER UMBAU – LSD BW

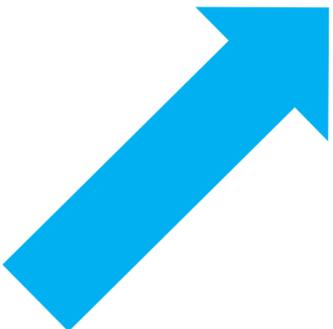
Erläuterungen zum Budget des Landessenders Baden-Württemberg

Das für den Landessender Baden-Württemberg 2022 veranschlagte Nettobudget beträgt 43.728 T€. Gegenüber dem Vorjahr zeigen sich folgende Veränderungen:

	T€	T€
Nettobudget Landessender Baden-Württemberg 2021		40.123
Einsparungen im Rahmen der ARD-Strukturprojekte	0	
2,50 % Steigerung Honorare	787	
2,50 % Steigerung Programmaufwand (ohne Honorare)	201	
Bundtagswahl (Einmalige Mittel 2021)	-310	
Landtagswahl (Einmalige Mittel 2021)	-330	
Anteil Freie Mitarbeiter (100 FTE)	892	
Wiedereinplanung Produktionen	1.250	
Dezentralisierung Produzentenallianz/Urheber	87	
Verstetigung der Mittel aus dem Budget für strategische Prozesse	990	3.567
Planungsvorgabe 2022 Nettobudget Landessender BW		43.690
<u>Umschichtungen:</u>		
Umwandlungsprozess Personal	-60	
Fortführung Umwandlungsprozess Personal	98	38
Nettobudget Landessender Baden-Württemberg 2022		43.728

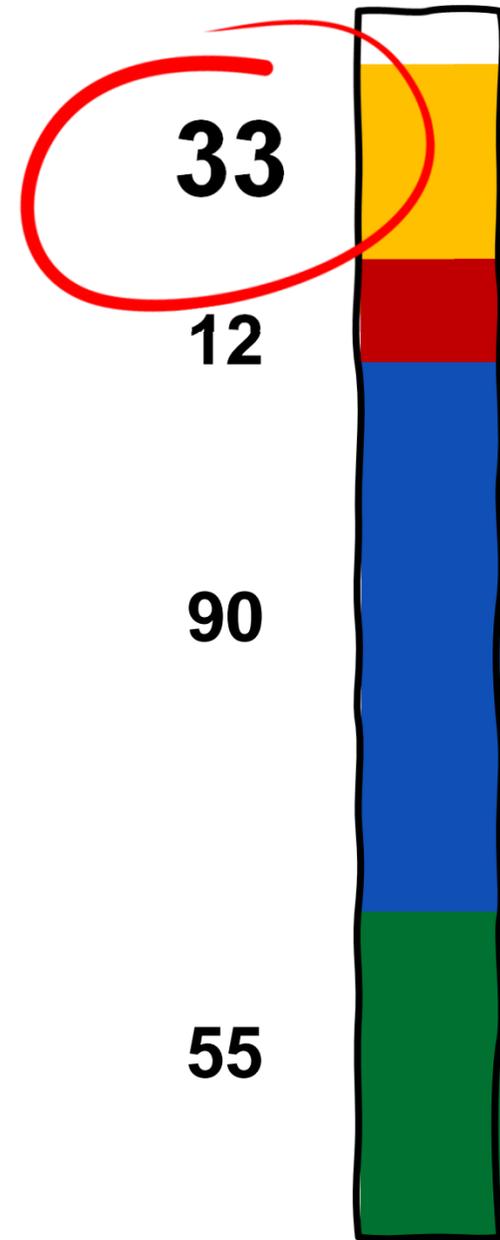
Für den Landessender Baden-Württemberg sind Deckungszusagen aus dem Budget für den digitalen Umbau vorgesehen in Höhe von:

1.900 T€



Für den Landessender Baden-Württemberg sind Deckungszusagen aus dem Budget für den digitalen Umbau vorgesehen in Höhe von: 1.900

200 MIO. € NEUVERTEILT – DIGITALER UMBAU



ca. 33 Mio. €
(2022-2024)

200 MIO. € NEUVERTEILT – NOCH OFFEN: 10 MIO. €



- Restliche 10 Mio. Euro **kommen ebenfalls dem Programm zugute**
- Werden in den „übergreifenden Aufgaben“ unter „strategische Prozesse“ veranschlagt

200 MIO. € NEUVERTEILT – BARRIEREFREIHEIT

- Kostenpunkt: **2,5 Mio. Euro** für die Jahre **2021 bis 2024**
- Was erreichen wir damit?
 - **Untertitelung** aller non-linearen Bewegtbildangebote
 - Je ein Angebot in **Audiodeskription, Gebärdensprache, leichter Sprache**
 - Finanzierung des **Innovationsprojektes Untertitelung**
- Finanzierung durch:
 - Einsparung bei der **Programmverbreitung**

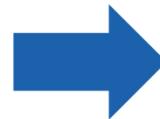
VOLLE KRAFT NACH VORN.. Auch in der Struktur!



DIGITALE OFFENSIVE AUCH IN DER ORGANISATIONSTRUKTUR SICHTBAR

Gesamtübersicht zur Bereichsdarstellung

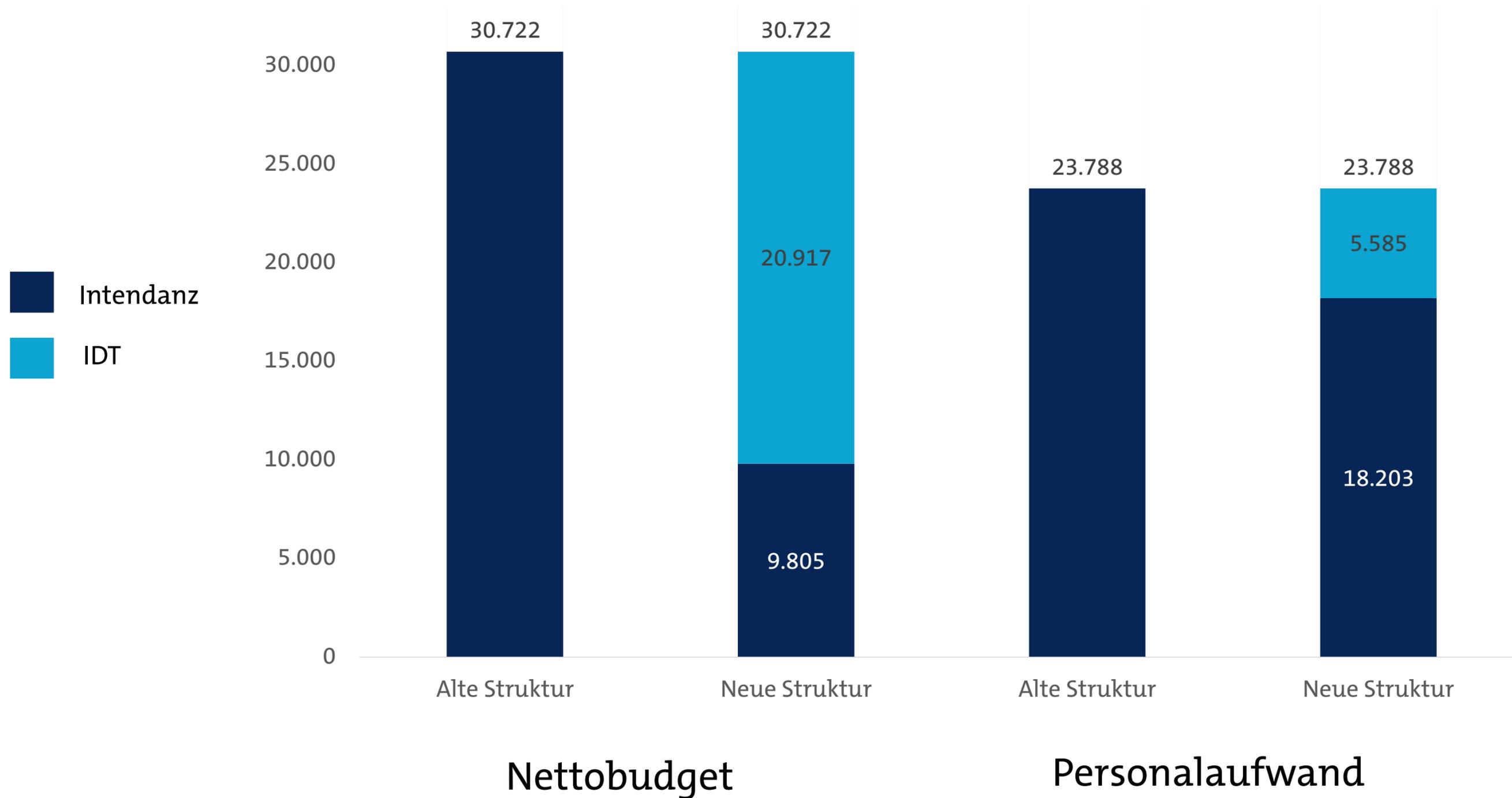
<u>Dezentrale Nettobudgets</u>	<u>2022</u>
Intendanz	30.722
Justitiariat	- 257
Landessender Baden-Württemberg	43.728
Landessender Rheinland-Pfalz	38.612
Programmdirektion Kultur	53.819
Programmdirektion Information	294.089
Direktion Technik und Produktion	47.439
Verwaltungsdirektion	9.353
	<hr/>
	517.505



Gesamtübersicht zur Bereichsdarstellung

<u>Dezentrale Nettobudgets</u>	<u>2022</u>
Intendanz	9.805
Direktion IDT	20.917
Justitiariat	- 257
Landessender Baden-Württemberg	43.728
Landessender Rheinland-Pfalz	38.612
Programmdirektion Kultur	53.819
Programmdirektion Information	294.089
Direktion Technik und Produktion	47.439
Verwaltungsdirektion	9.353
	<hr/>
	517.505

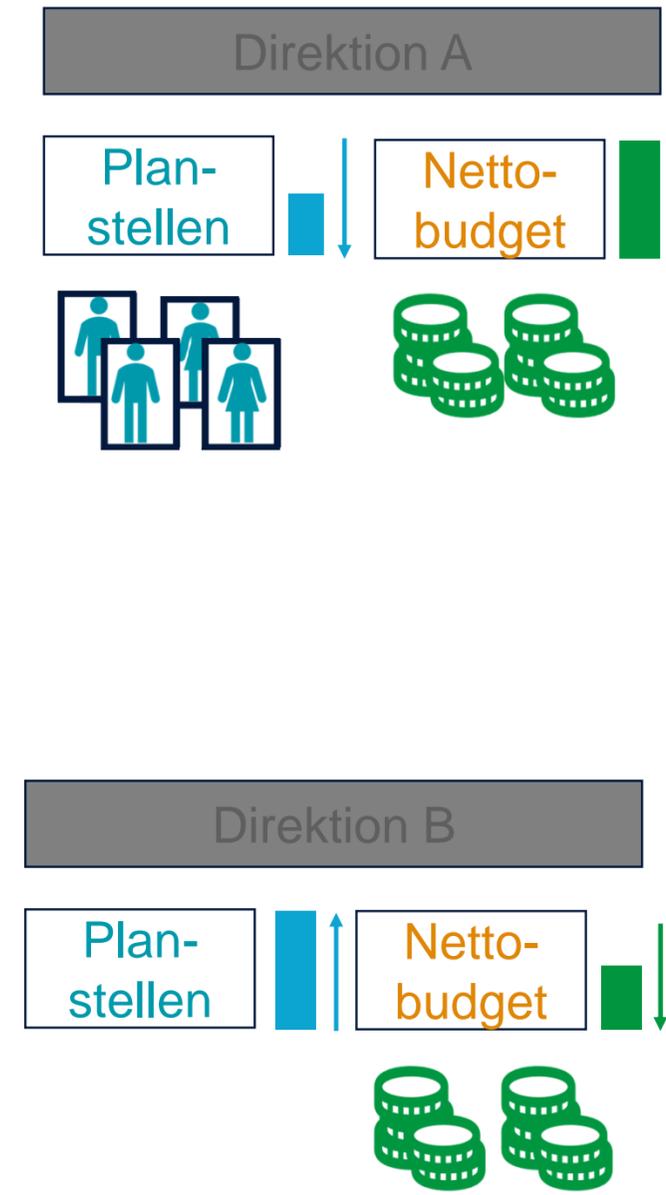
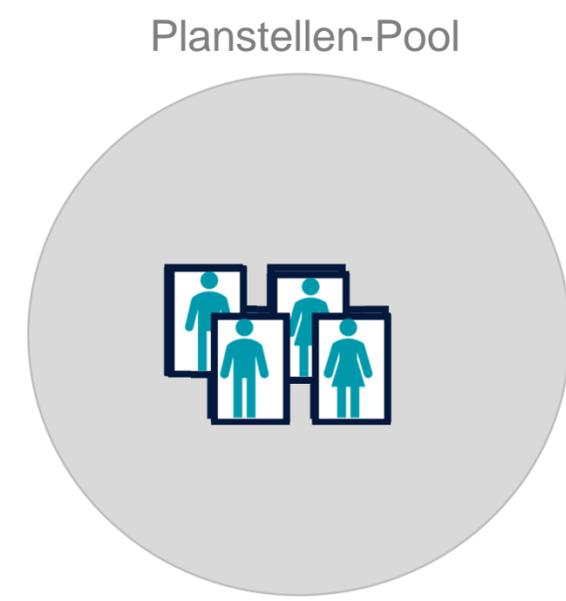
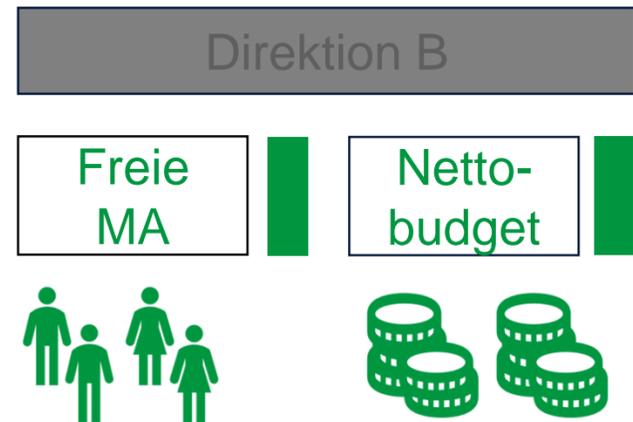
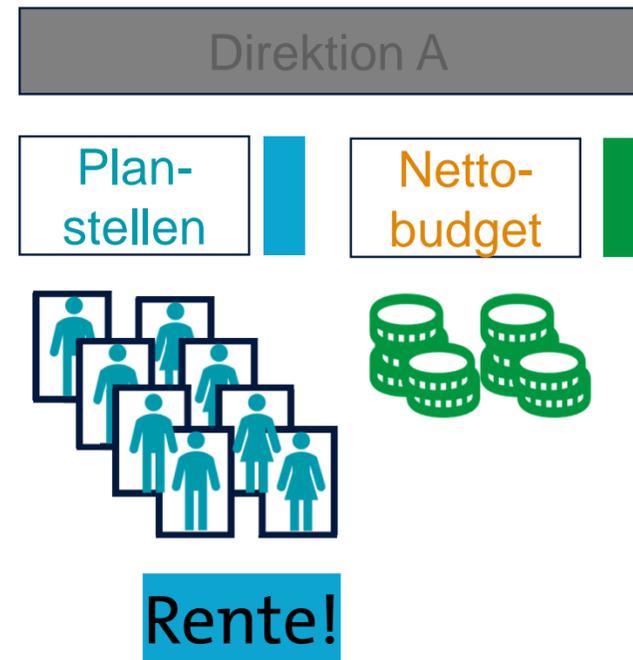
WAS KOSTET DIE NEUE STRUKTUR?





Voll Kraft nach vorn...
Wir wandeln weiter um!

„ALTER“ UMWANDLUNGSPROZESS



Zwei Fliegen mit einer Klappe:

Im Saldo eine Einsparung für den SWR
und

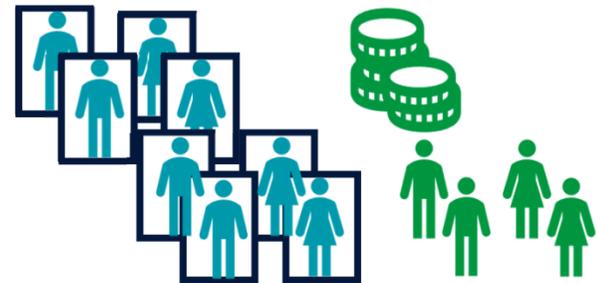
arbeitsrechtlich kritische Beschäftigungsverhältnisse abgebaut

„NEUER“ UMWANDLUNGSPROZESS



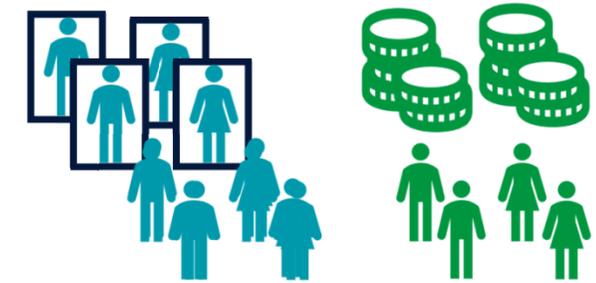
Direktion A

Planstellen ↓ Nettobudget ↑



Direktion B

Planstellen ↑ Nettobudget ↓



Im Saldo keine Einsparung für den SWR
aber
Reduktion arbeitsrechtlich kritischer
Beschäftigungsverhältnisse!

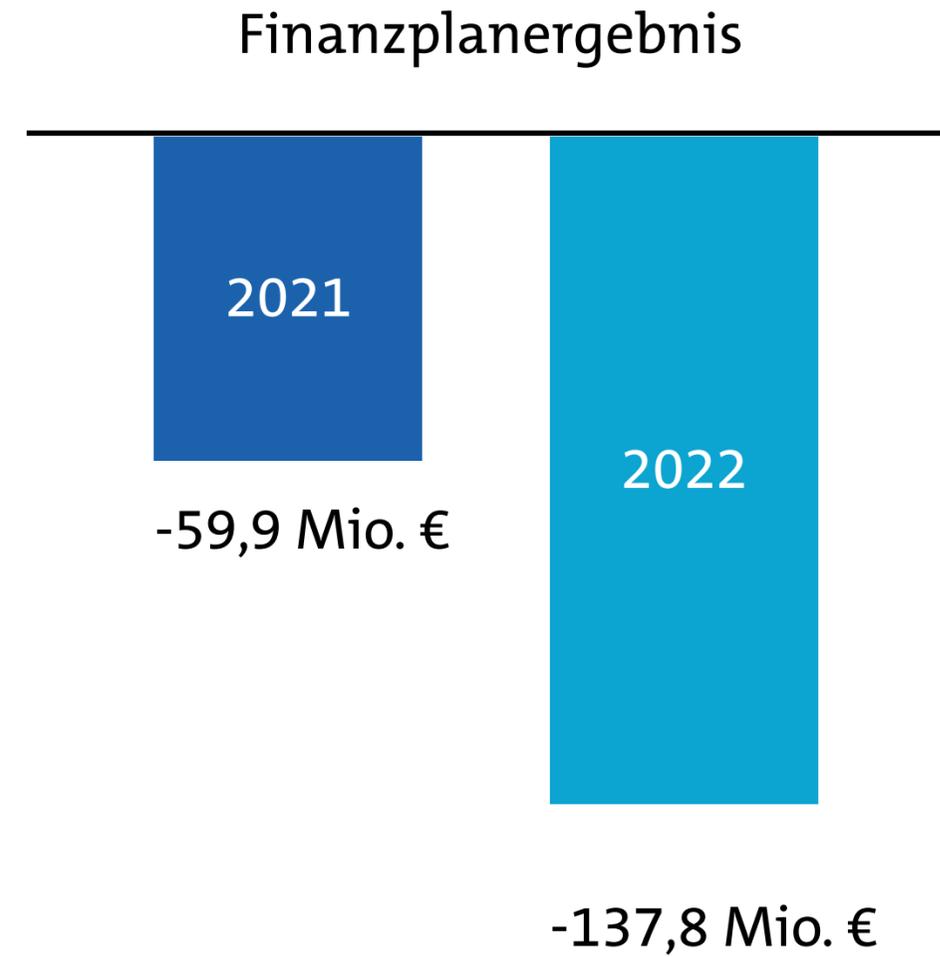
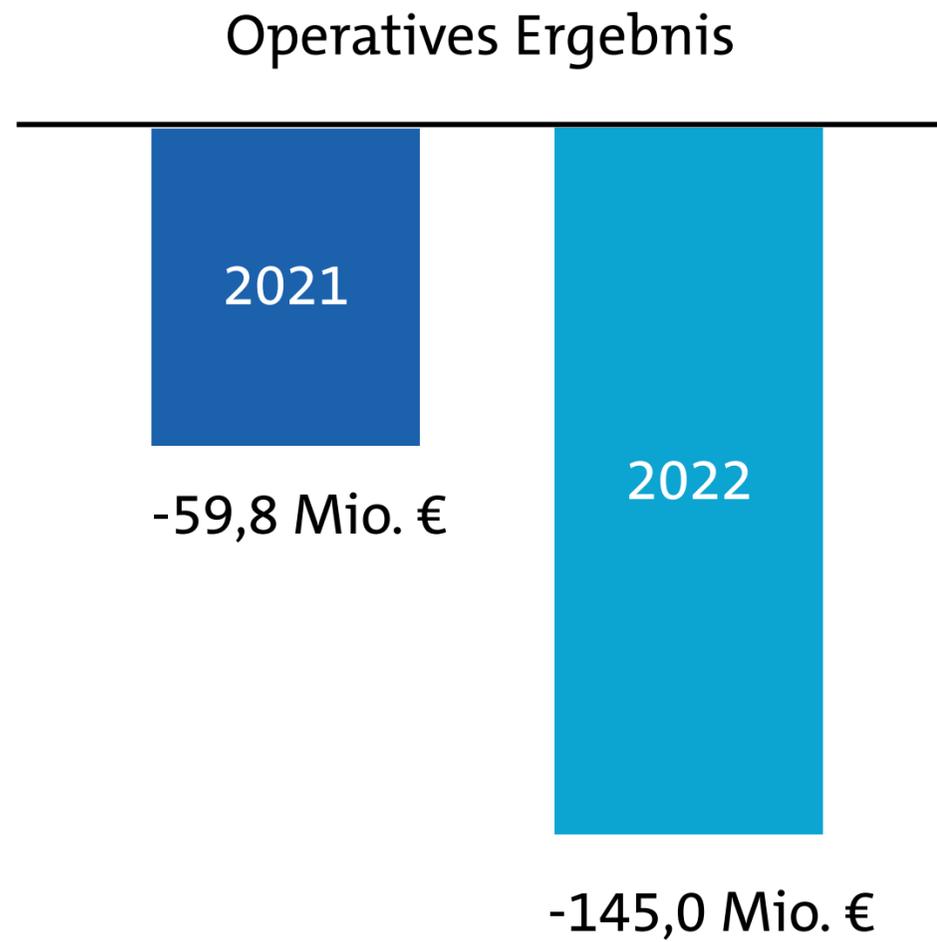
Rente!



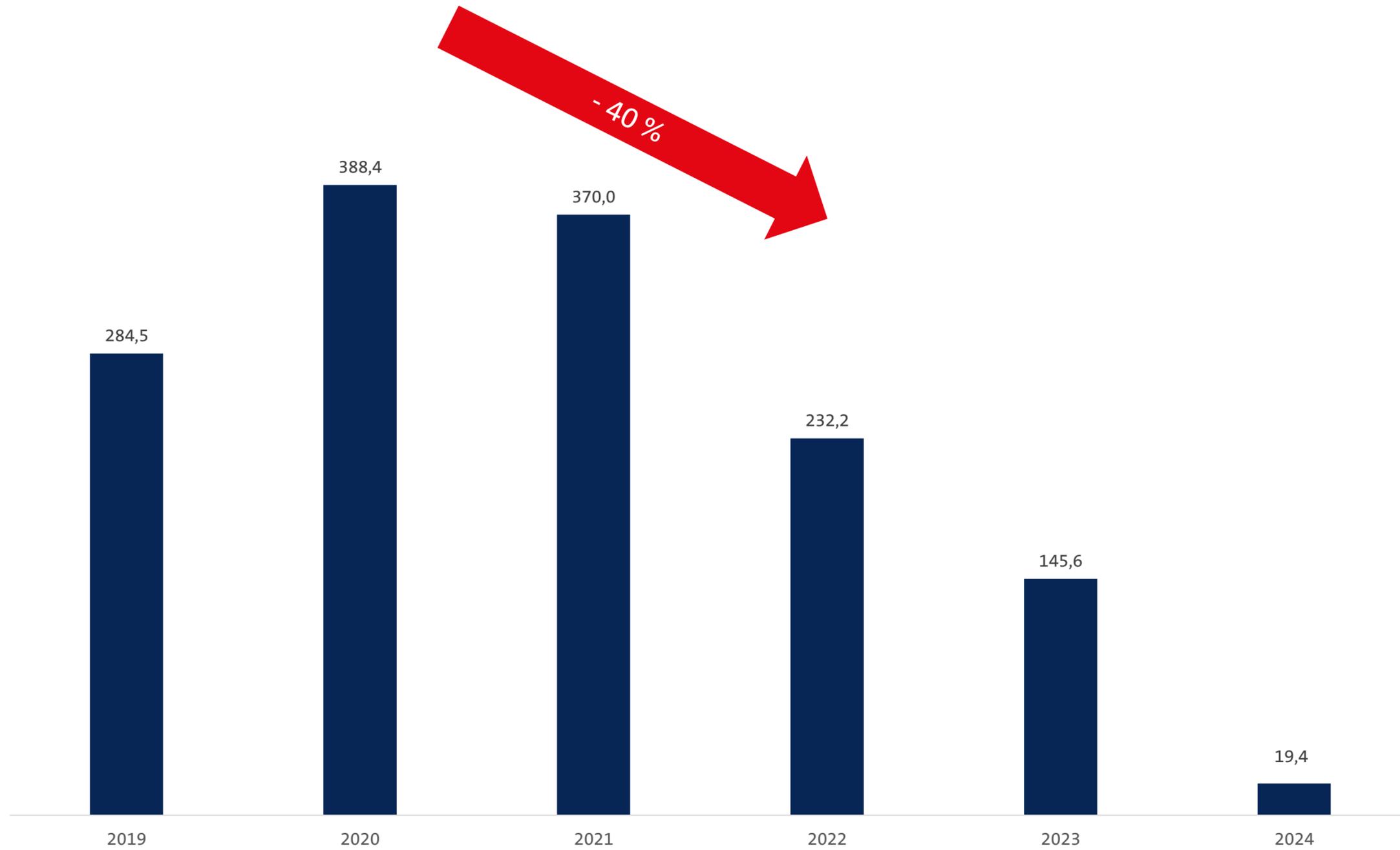
FINANZIELLE RAHMENBEDINGUNGEN



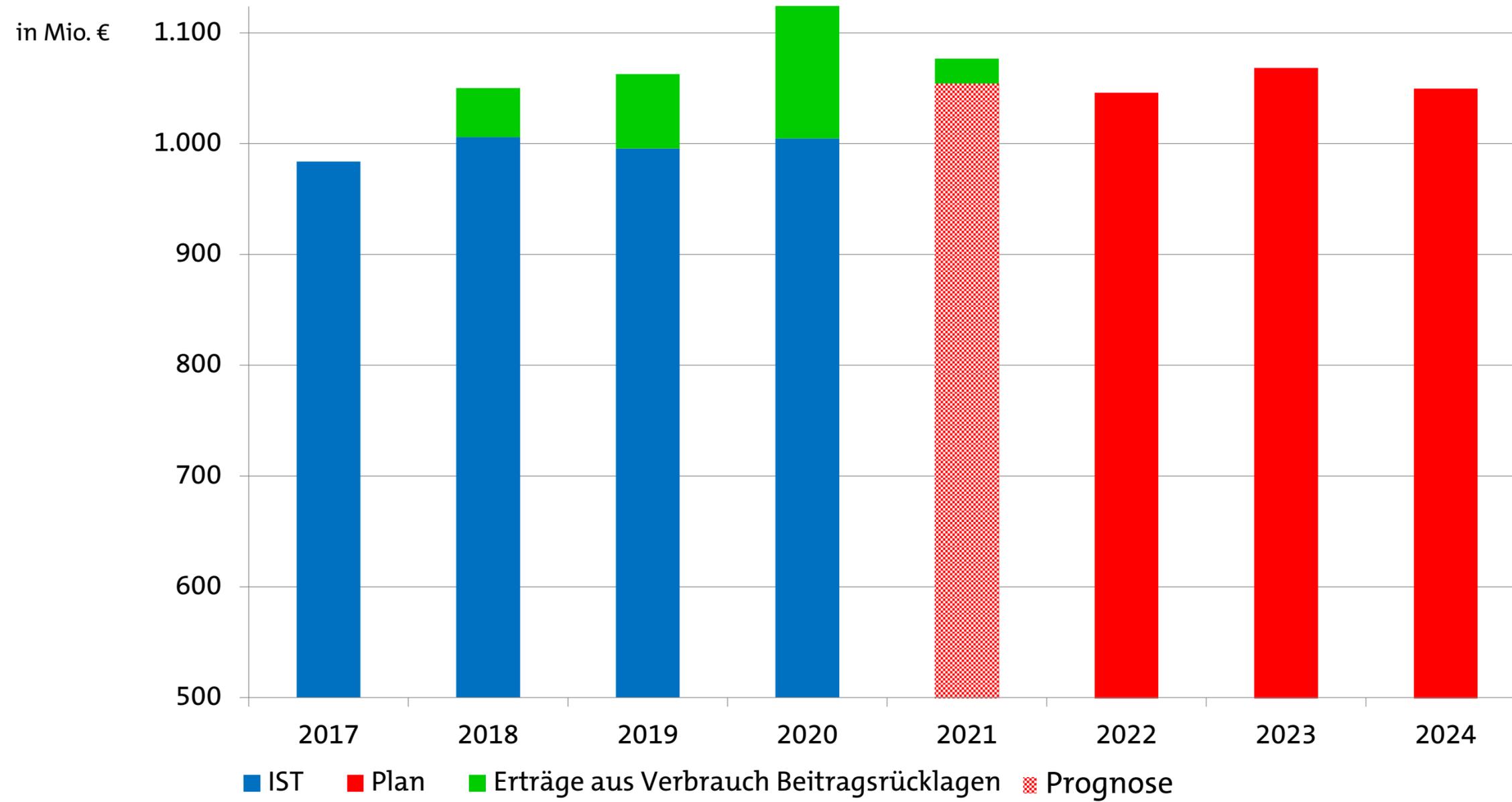
IM ERGEBNIS GEPLANT..



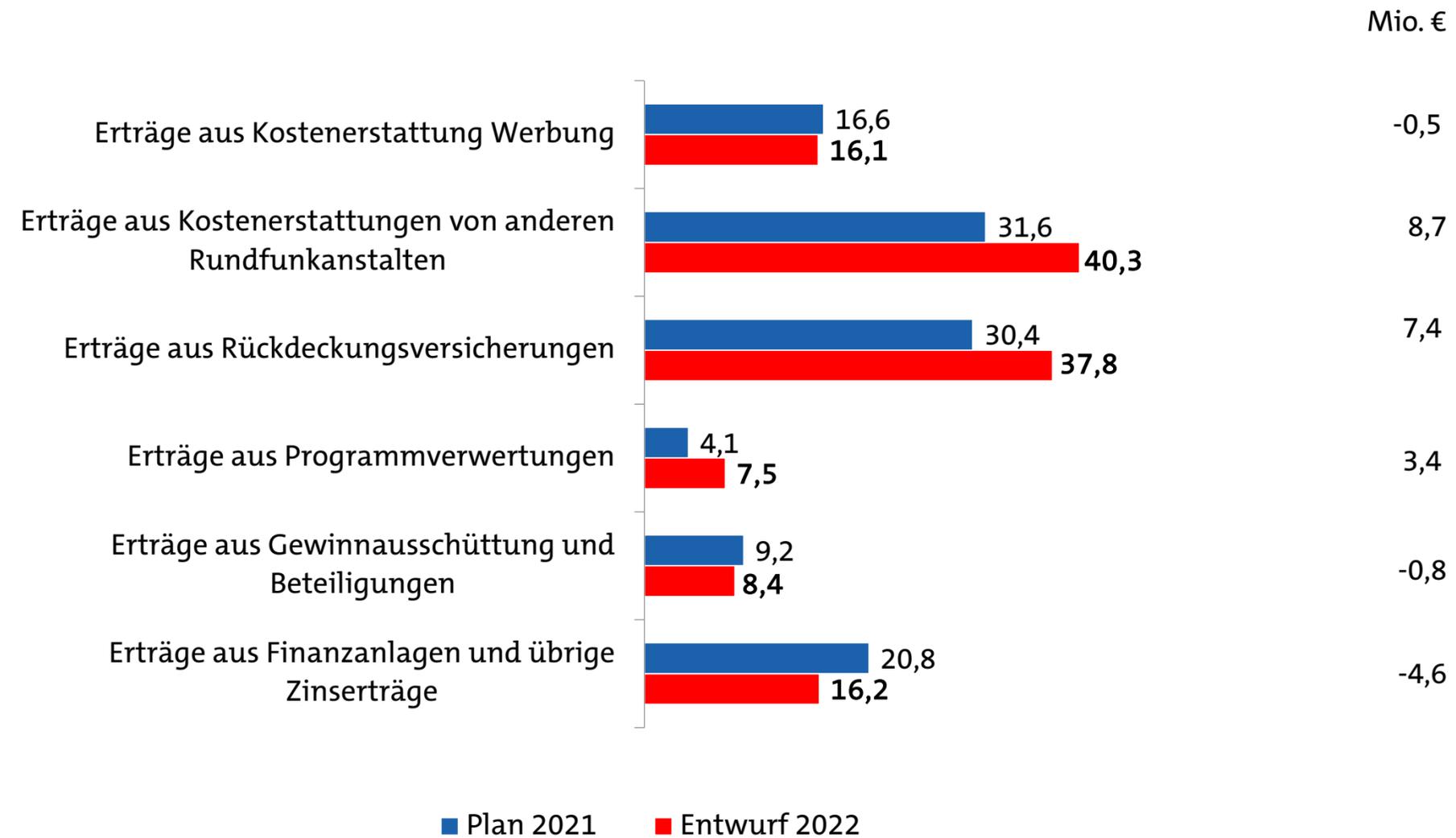
EIGENMITTEL



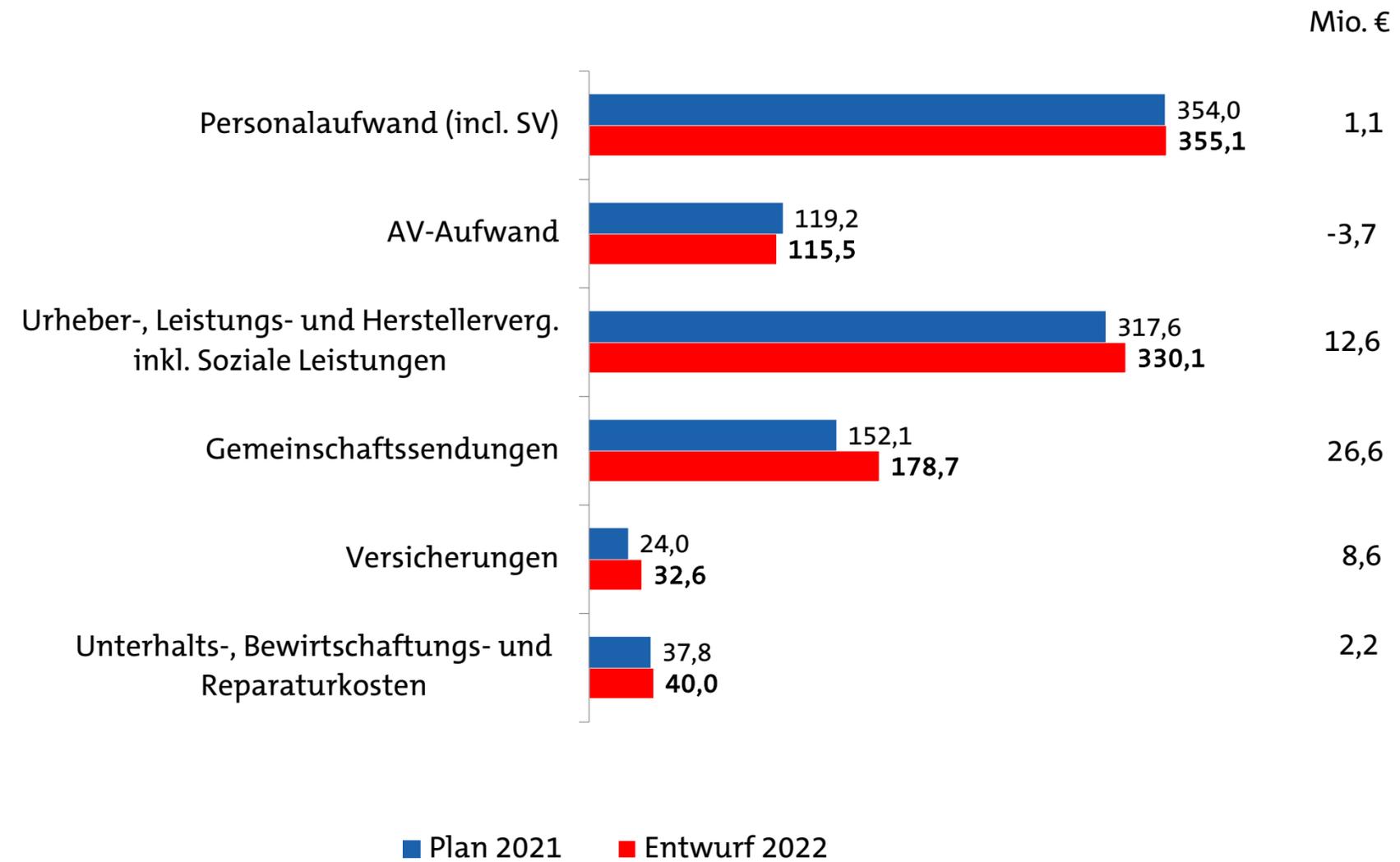
VERWENDBARE BEITRAGSERTRÄGE LAUT MIFRIFI 2021



ENTWICKLUNG DER ERTRÄGE



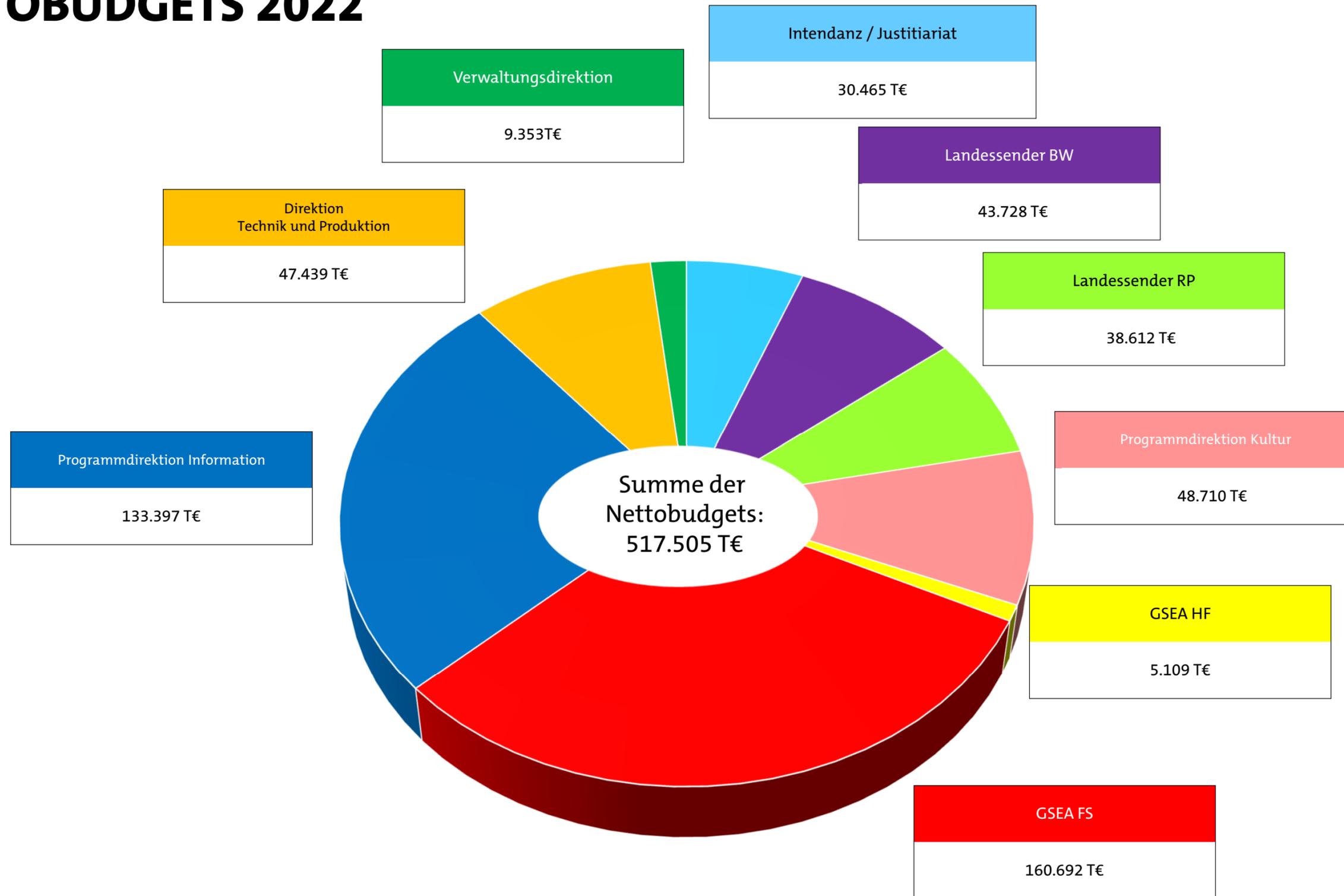
ENTWICKLUNG DER AUFWENDUNGEN



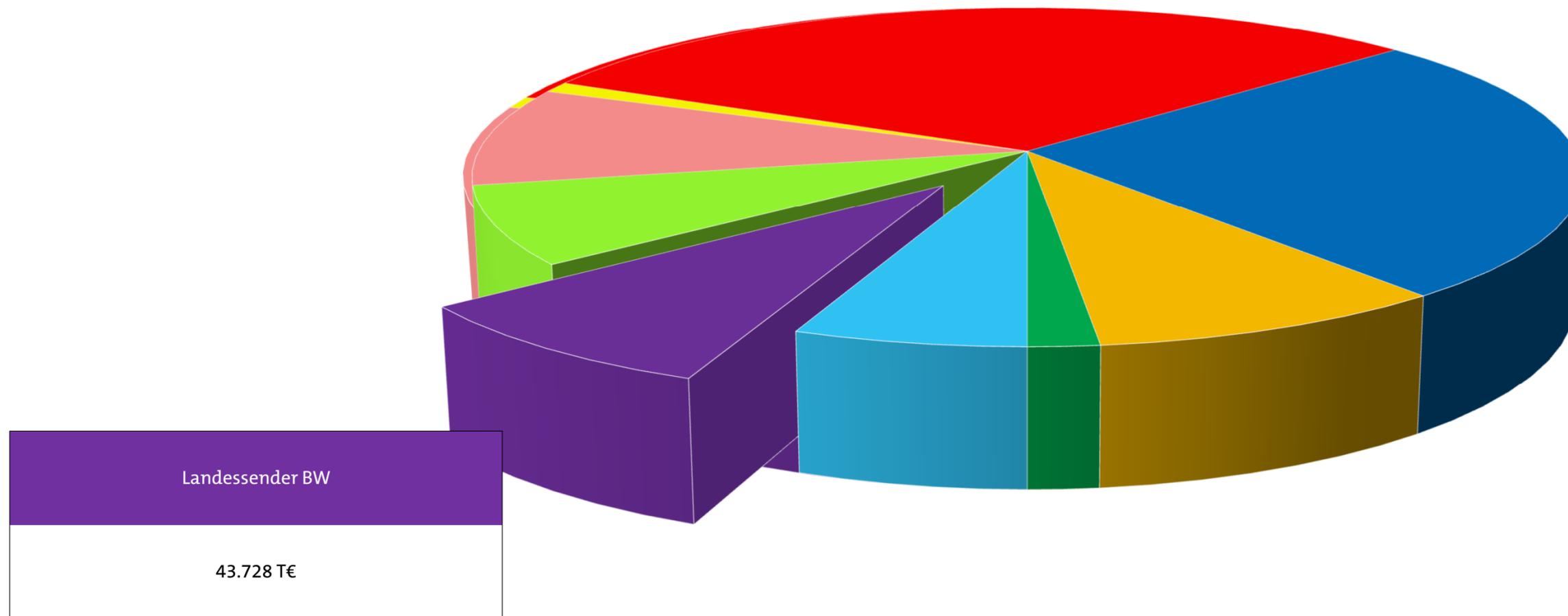


Nettobudgets

DIE NETTOBUDGETS 2022



NETTOBUDGET LANDESSENDER BADEN-WÜRTTEMBERG





SWR

**DANKE FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT!**

Sitzung des Landesrundfunkrats
Baden-Württemberg
am 12. November 2021



TOP 3

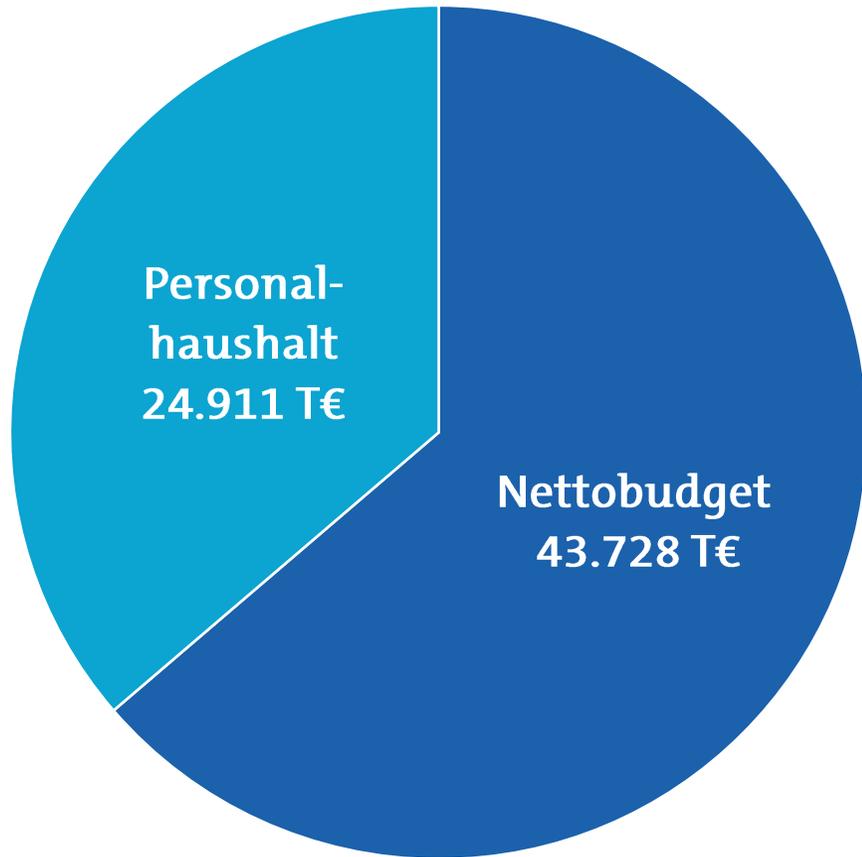
HAUSHALTSPLANENTWURF 2022

—

FREITAG, 12. NOVEMBER 2021

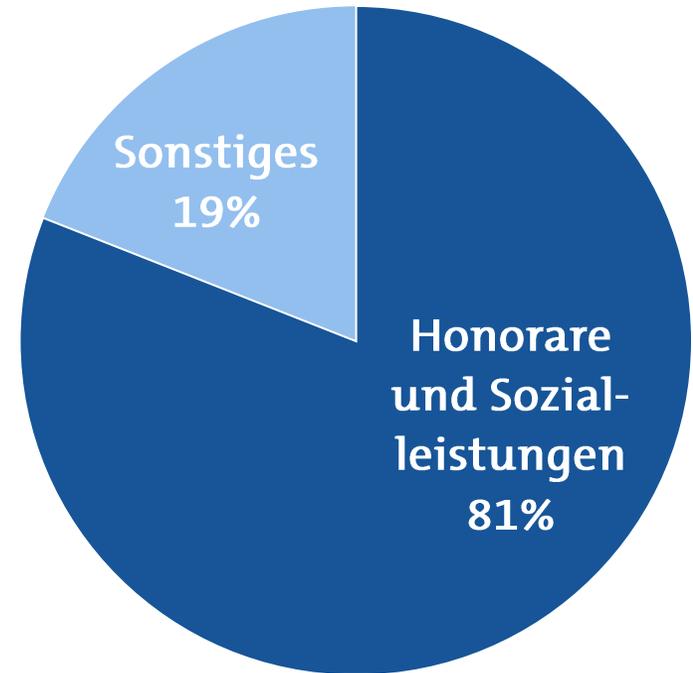
BUDGET DER LSD BW

Haushaltsansatz 2022

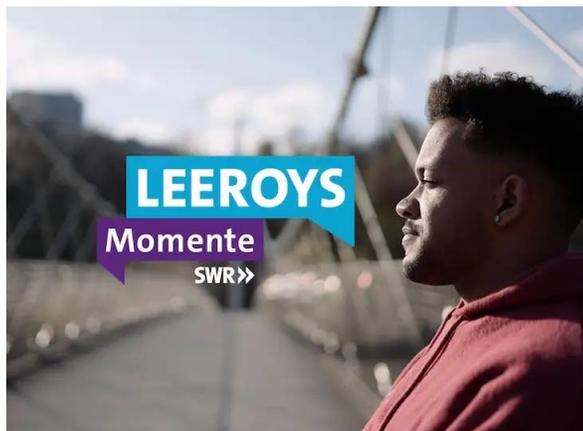


+ 1.900 T€
 Deckungszusagen
 „Goldener Schnitt“

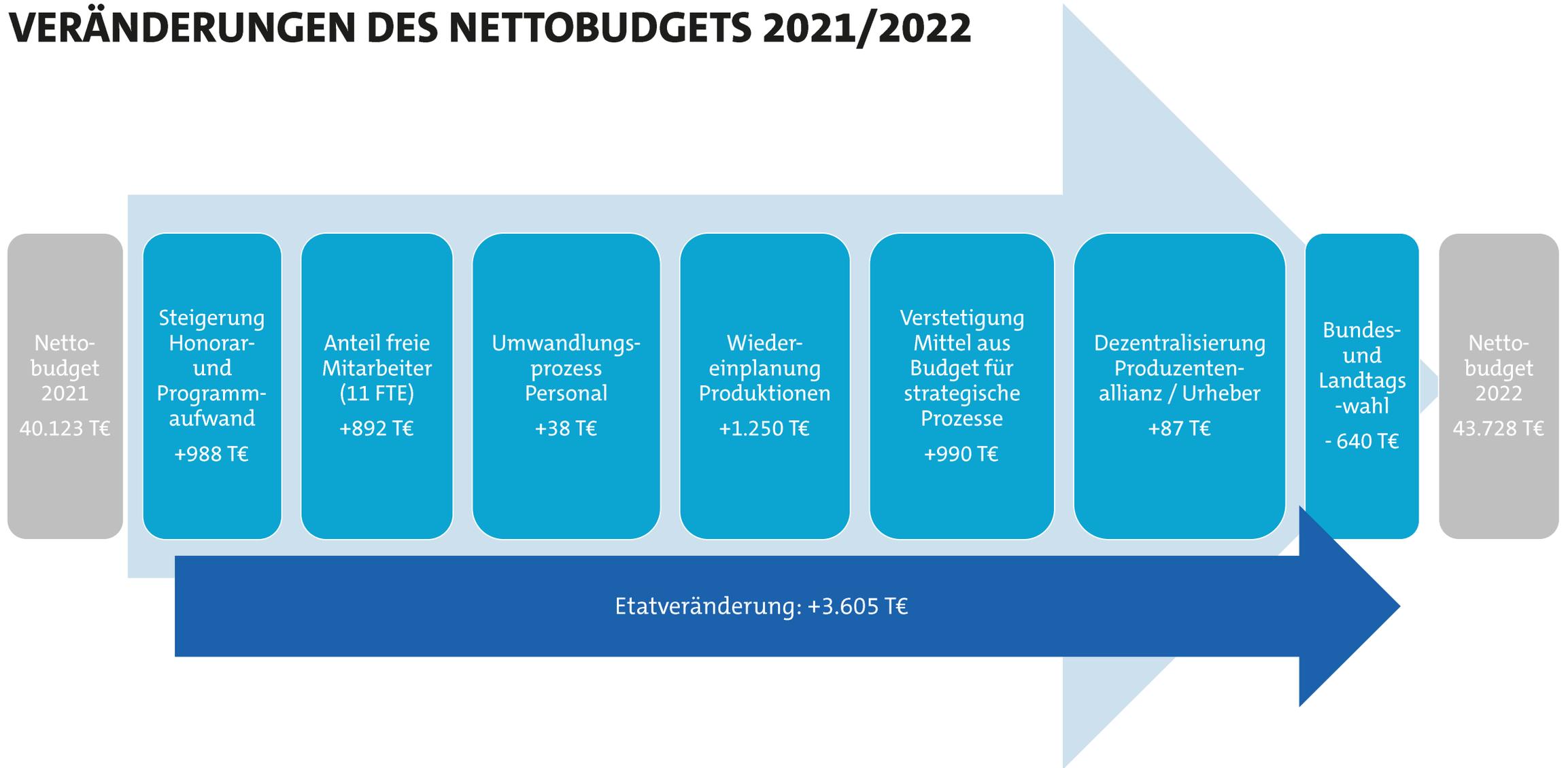
Aufwand 2020



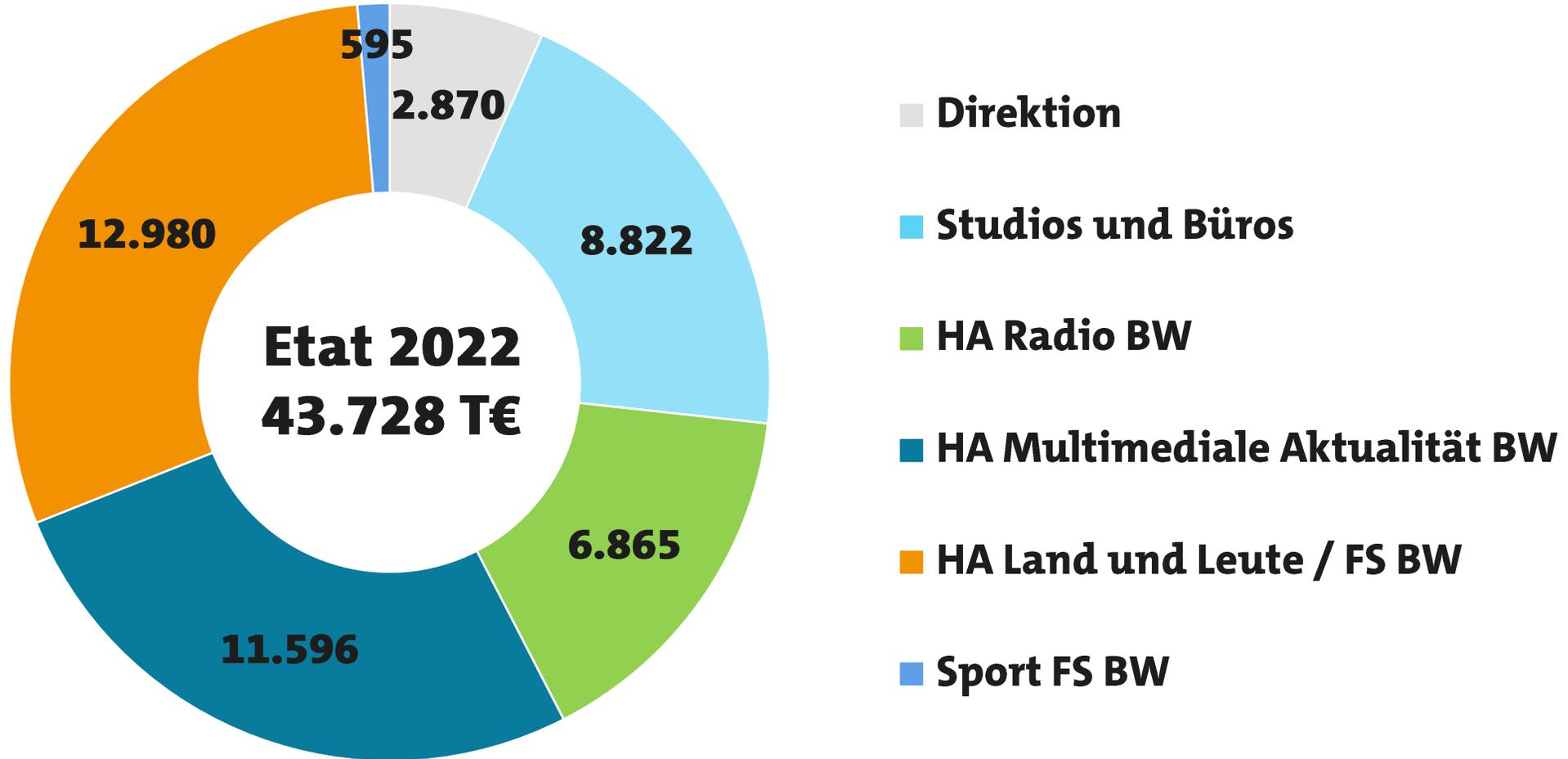
PITCHING-PROJEKTE DER LSD BW



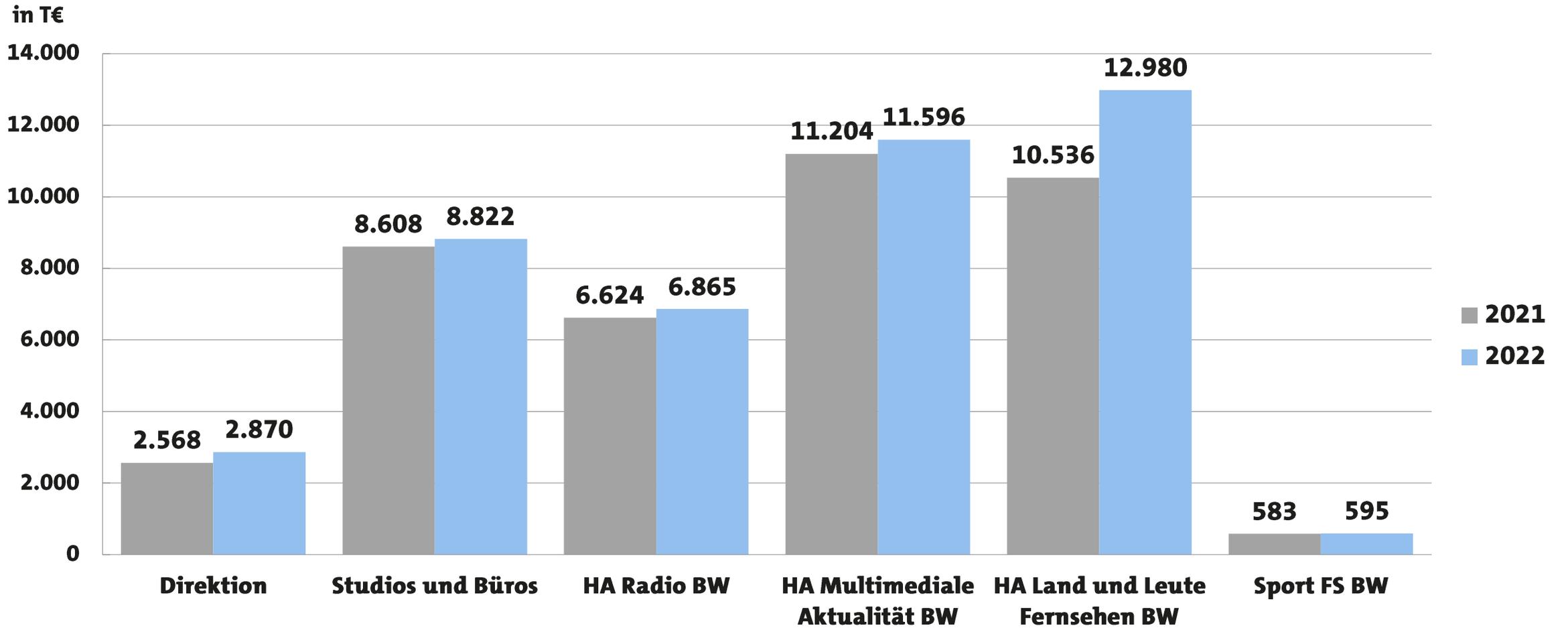
VERÄNDERUNGEN DES NETTOBUDGETS 2021/2022



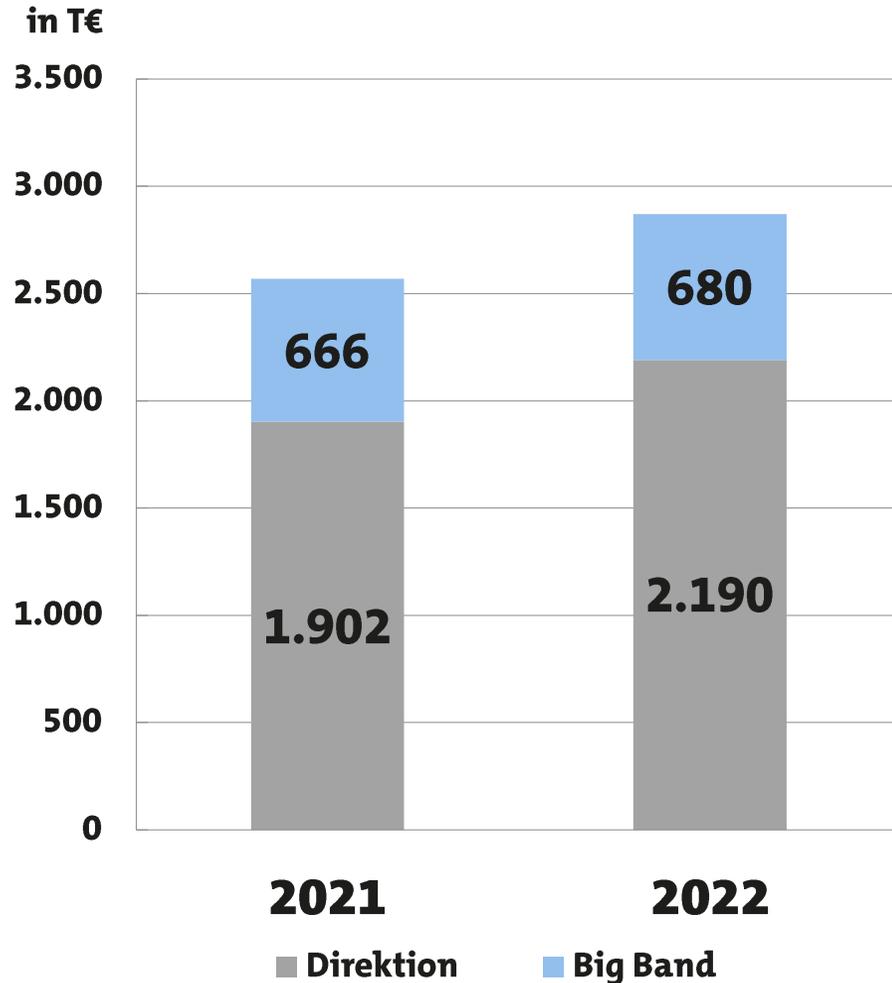
NETTOBUDGET NACH BEREICHEN - ÜBERSICHT



NETTOBUDGET NACH BEREICHEN - ÜBERSICHT



NETTOBUDGET NACH BEREICHEN - DIREKTION

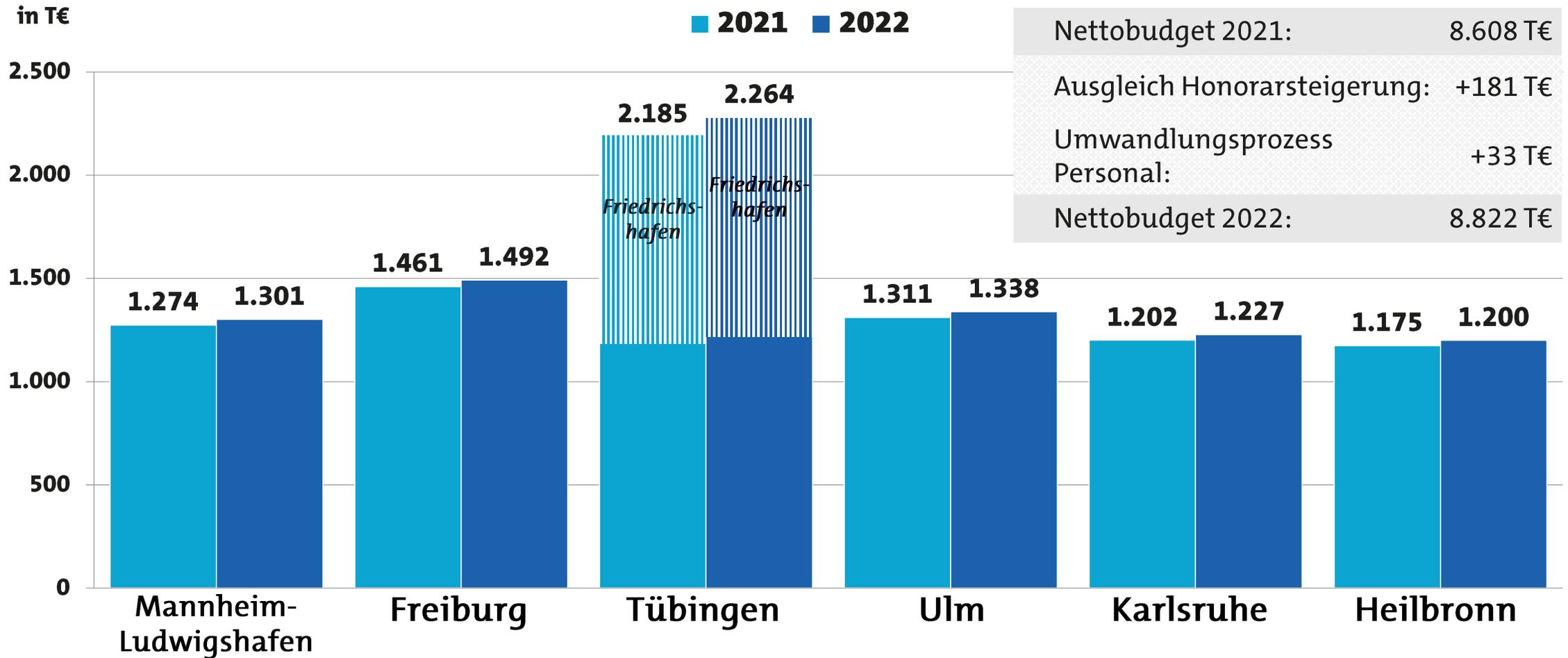


Nettobudget 2021:	2.568 T€
Steigerung Programmaufwand:	+201 T€
Dezentralisierung Produzentenallianz/Urheber:	+87 T€
Erhöhung Honorare Big Band:	+14 T€
Nettobudget 2022:	2.870 T€

NETTOBUDGET NACH BEREICHEN - STUDIOS UND BÜROS BW



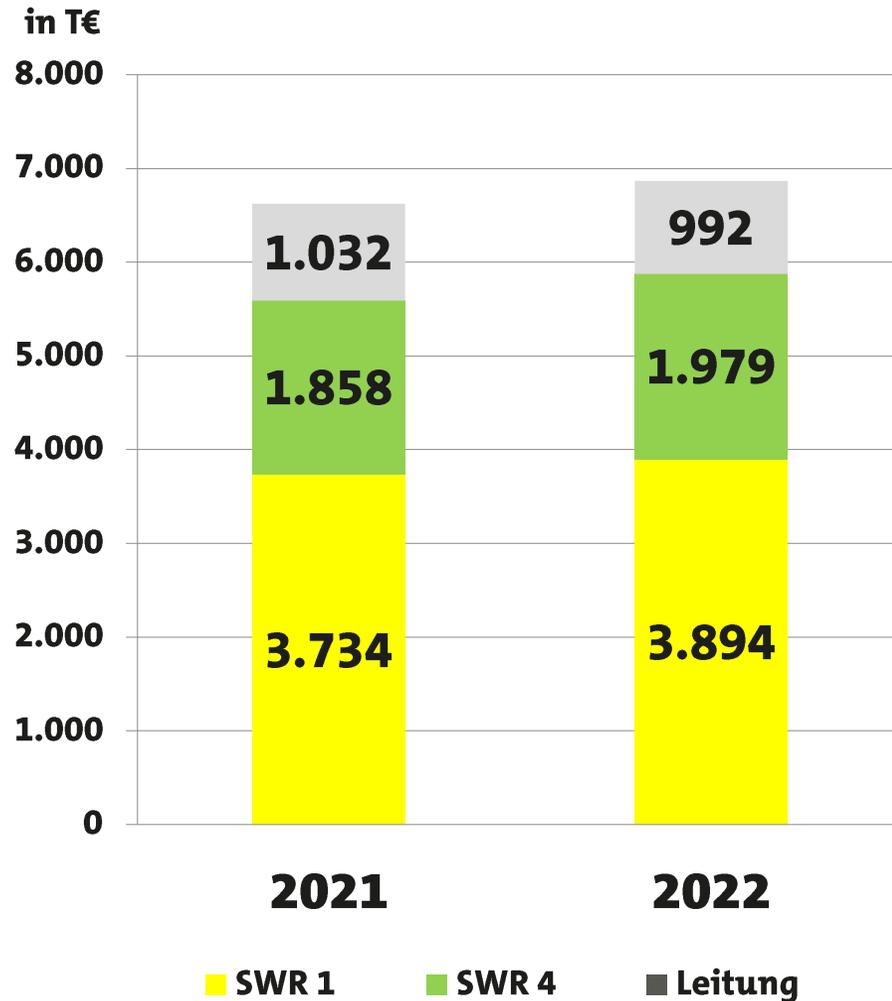
NETTOBUDGET NACH BEREICHEN - STUDIOS UND BÜROS BW



NETTOBUDGET NACH BEREICHEN - HA RADIO BW



NETTOBUDGET NACH BEREICHEN - HA RADIO BW

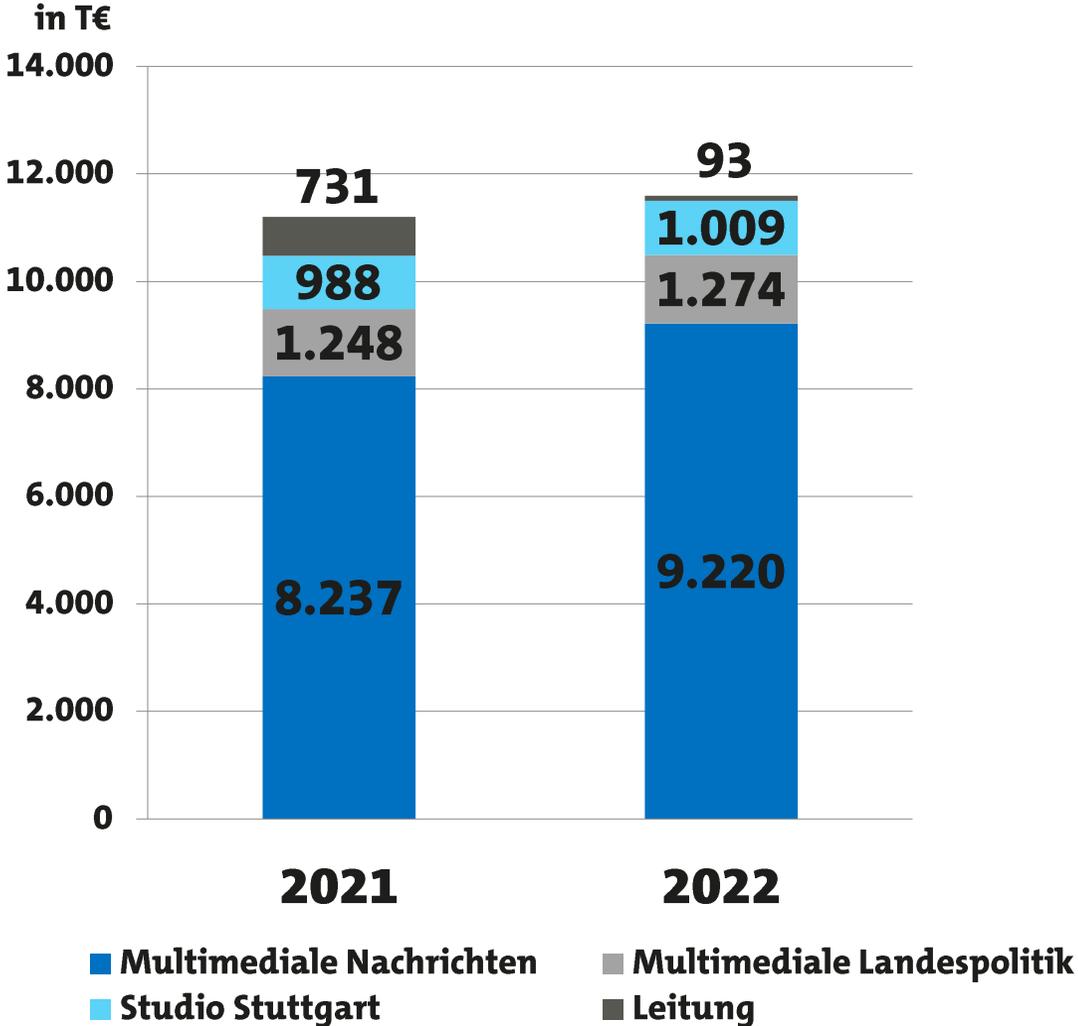


Nettobudget 2021:	6.624 T€
Ausgleich Honorarsteigerung:	+137 T€
Zusätzliche Beschäftigungsverhältnisse:	+164 T€
Stellenumwandlung:	-60 T€
Nettobudget 2022:	6.865 T€

NETTOBUDGET NACH BEREICHEN - HA MULTIMEDIALE AKTUALITÄT BW



NETTOBUDGET NACH BEREICHEN - HA MULTIMEDIALE AKTUALITÄT BW

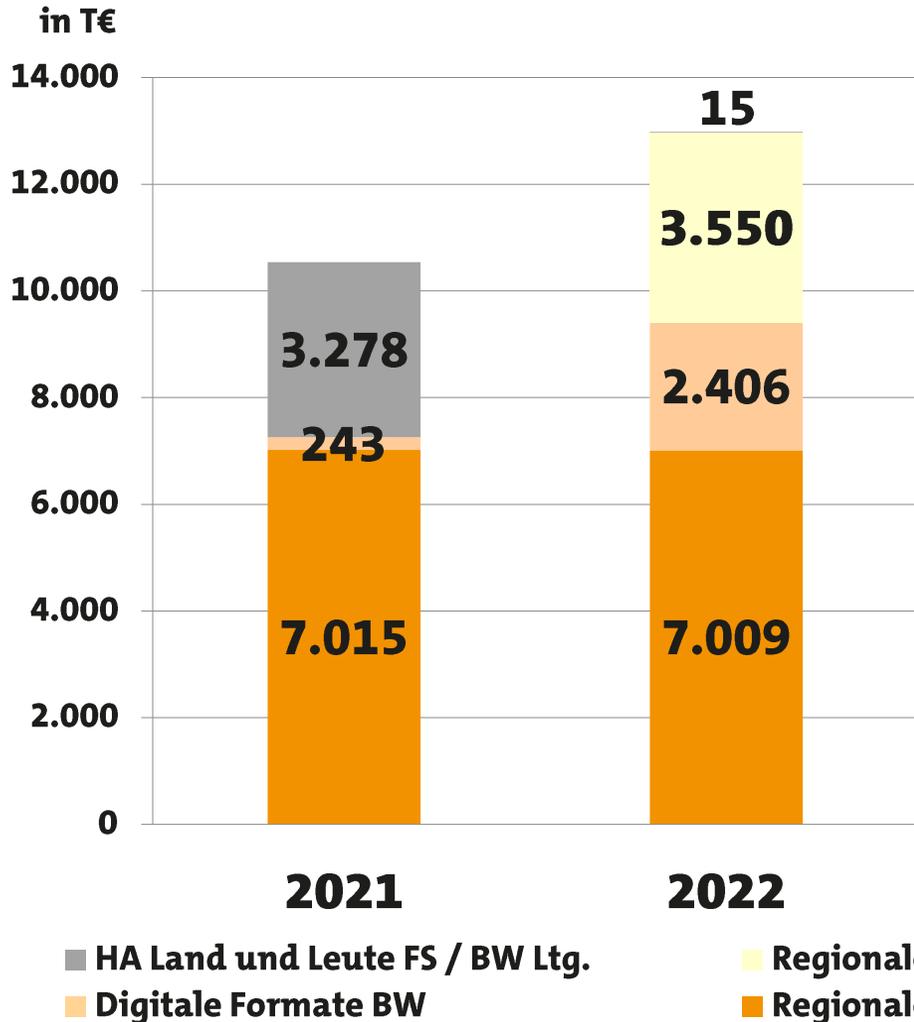


Nettobudget 2021:	11.204 T€
Ausgleich Honorarsteigerung:	+222 T€
Zusätzliche Beschäftigungsverhältnisse:	+410 T€
Verstetigung Mittel für strategische Prozesse:	+400 T€
Bundes- und Landtagswahl:	-640 T€
Nettobudget 2022:	11.596 T€

NETTOBUDGET NACH BEREICHEN - HA LAND UND LEUTE / FERNSEHEN BW



NETTOBUDGET NACH BEREICHEN - HA LAND UND LEUTE / FERNSEHEN BW



Nettobudget 2021:	10.536 T€
Ausgleich Honorarsteigerung:	+221 T€
Wiedereinplanung SWR Mix:	+1.250 T€
Verstetigung Mittel für strategische Prozesse:	+590 T€
Zusätzliche Beschäftigungsverhältnisse:	+318 T€
Umwandlungsprozess Personal:	+65 T€
Nettobudget 2022:	12.980 T€

SWR >>

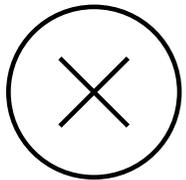
TOP 4

**BERICHT DER
LANDESSENDERDIREKTORIN**

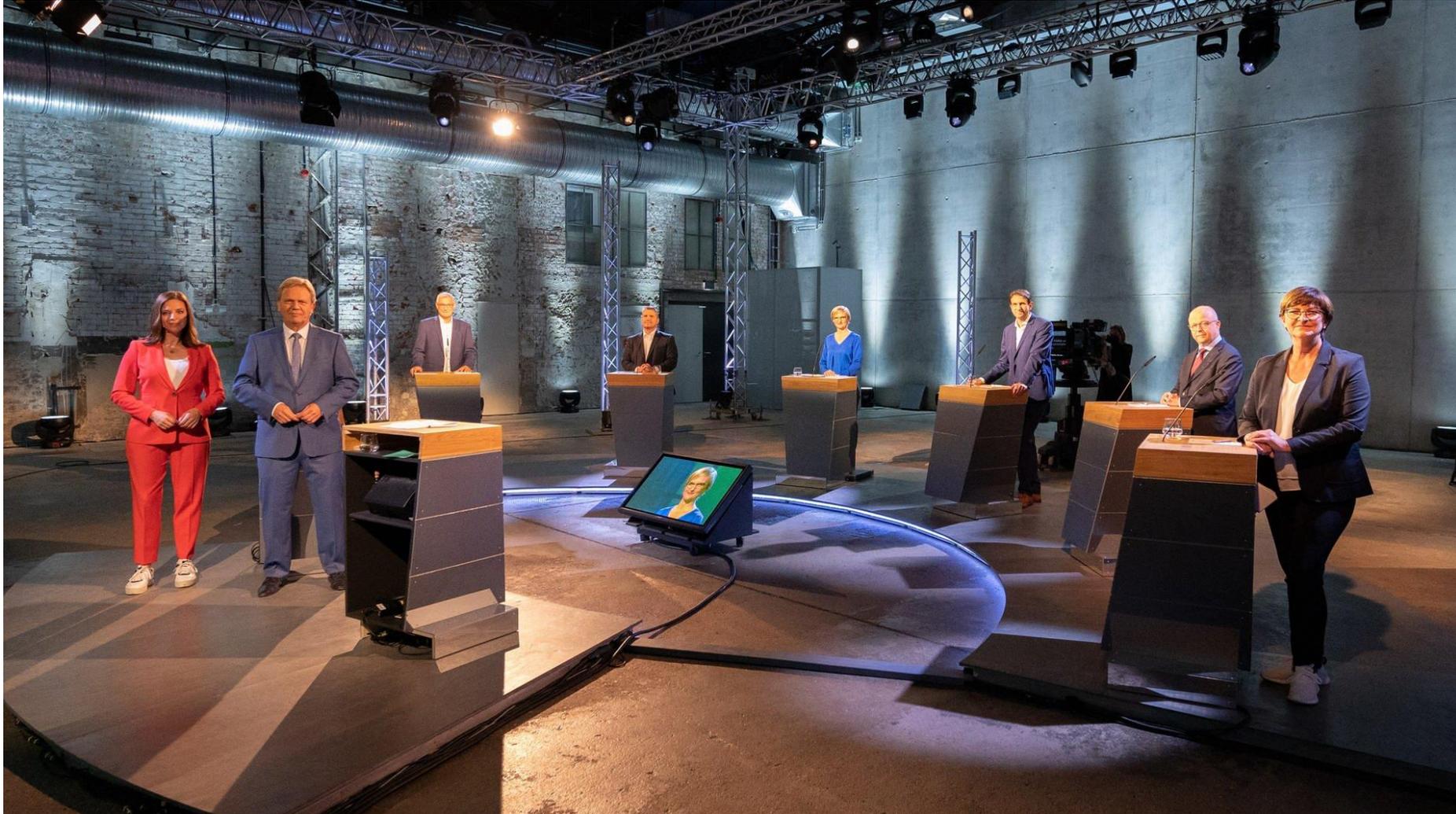
—

FREITAG, 12. NOVEMBER 2021

die Bundestags-
wahl in
Baden-
Württemberg



BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN



BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN





BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN



MUSS DAS SO?

WENIG JUNGE WAHLBERECHTIGTE BEI DER BTW21

Nur **14,4 Prozent** sind **unter 30**.

2,8 Millionen dürfen zum ersten
Mal wählen gehen.



Quelle: Schätzung Bundeswahlleiter

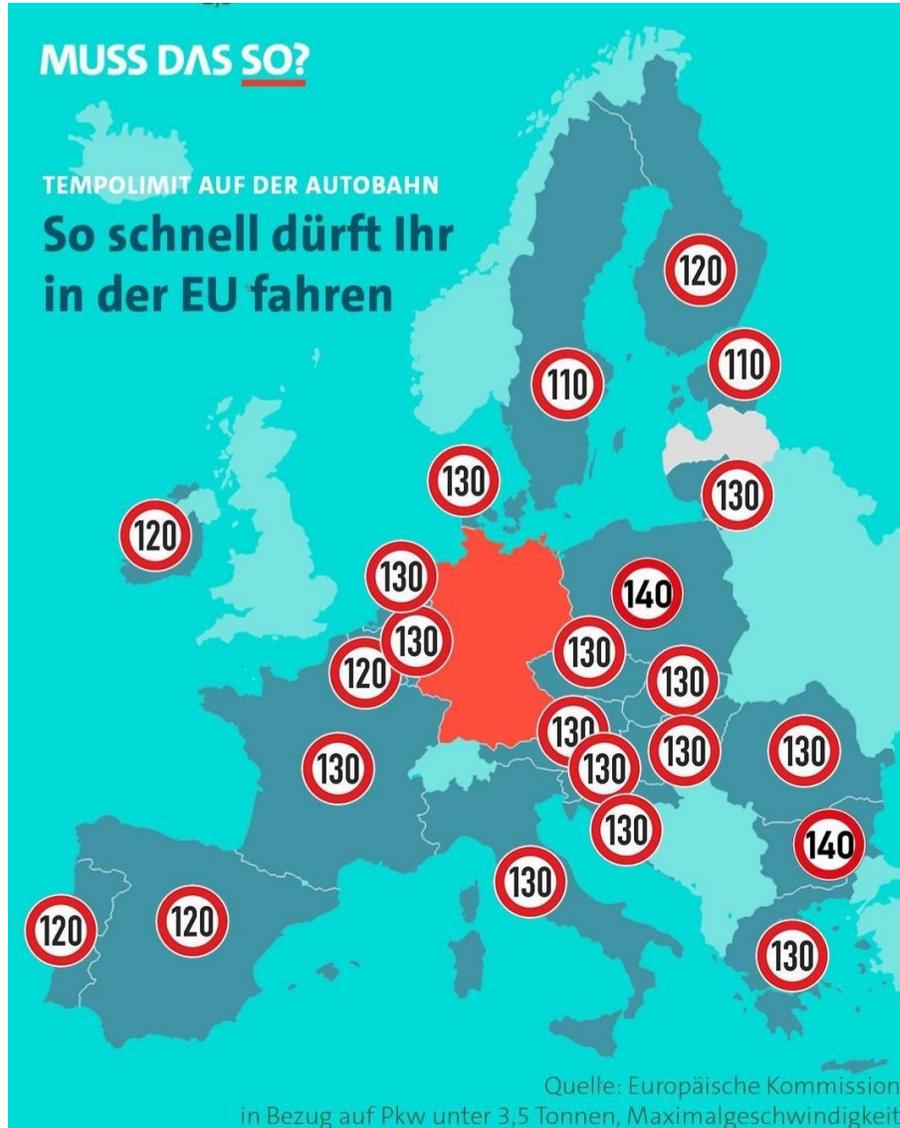
MUSS DAS SO?

JUNGE FÜHLEN SICH IGNORIERT BEI DER BTW21

83 %

der 16- bis 26-Jährigen
glauben, dass **die Regierung**
ihre Probleme ignoriert.

Quelle: Repräsentative Umfrage der Generationen Stiftung, Juni 2021
Befragt wurden 1.500 Jugendliche in Deutschland



MUSS DAS SO?

BACKT EUCH EURE KOALITIONSPIZZA

Was hättet am liebsten drauf?

Nr. 406 Jamaika
Schwarze 🥒 🥦 🌽

Nr. 416 Ampel
🍅 🥦 🌽

Schreibt uns
Eure Emoji-Pizza
in die Kommentare

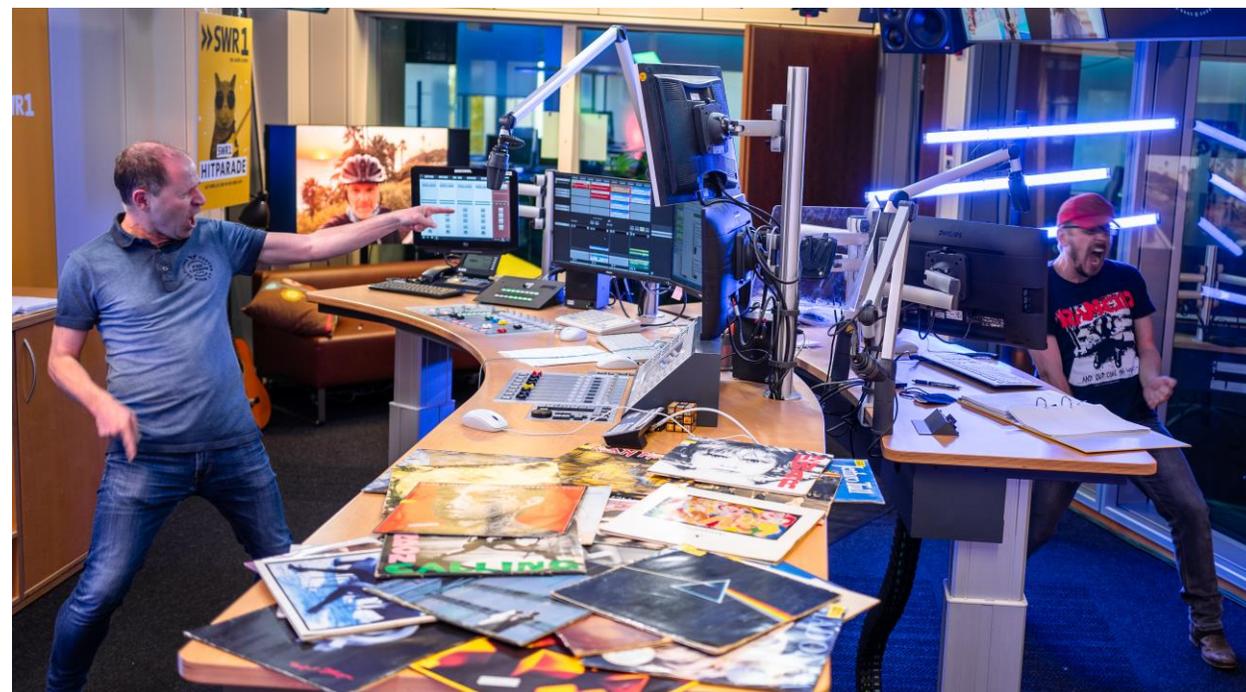
Alle Pizzen servieren wir mit roter Tomatensauce und Mozzarella

UPDATE

8.11.2021 13:59:59

Bericht der
Landessenderdirektorin

BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN



BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN



BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN





BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN



BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN



BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN

SWR»»



BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN

SWR»»

#MG

SWR»»



BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN



BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN

SWR»



BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN



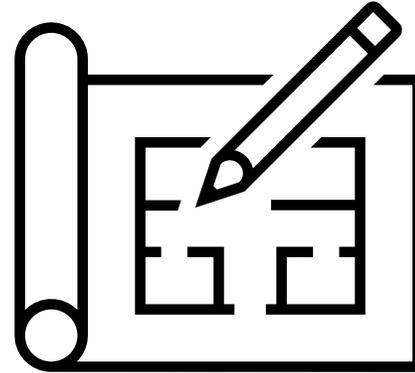
BERICHT DER LANDESENDESDIREKTORIN

SWR >>



Neubau Mannheim

BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN



BERICHT DER LANDESSENDERDIREKTORIN



ZIELE

- Angebot für junge Familien
- In der Eroberungszielgruppe zwischen 35 und 45 Jahren (Genügsame und Heimatverbundene)
- Interessen: Outdoor, Action, Abenteuer, Wandern, Campen ect.



ENTWICKLUNG

- Angebot gemeinsam mit der Zielgruppe entwickelt
 - Welche Bedürfnisse / Erwartungen haben die Nutzer*innen?
 - Welche Probleme könnte das Angebot lösen?
 - Marktanalyse: Was gibt es schon und was können wir besser machen?



ERGEBNIS: RAUS MIT EUCH – DER SWR OUTDOOR-KANAL FÜR FAMILIEN

The screenshot shows the YouTube channel page for 'SWR Raus mit euch'. At the top, there is a search bar with the text 'Suchen' and a microphone icon. To the right of the search bar are icons for a grid, a vertical ellipsis, and a button labeled 'ANMELDEN'. Below the search bar is a large banner image featuring a family of four (two adults and two children) hiking on a trail in a lush green forest. The banner includes the text 'JEDEN DONNERSTAG EIN NEUES VIDEO!' in a green speech bubble, the channel name 'RAUS MIT EUCH!' in large white letters, and the SWR logo. A small 'Impressum' button is visible in the bottom right corner of the banner.

Below the banner is the channel's profile information, including a circular profile picture with a white 'R' on a green background, the channel name 'SWR Raus mit euch', and '713 Abonnenten'. To the right of this information is a red 'ABONNIEREN' button. Below the profile information is a navigation menu with tabs for 'ÜBERSICHT', 'VIDEOS', 'PLAYLISTS', 'KANÄLE', 'DISKUSSION', and 'KANALINFO', followed by a search icon and a right-pointing arrow.

The main content area displays a video player for a video titled 'Raus mit euch – der Outdoor-Kanal für Familien'. The video player shows a thumbnail with the channel's logo and a progress bar at 0:01 / 1:18. To the right of the video player is the video's description: 'Raus mit euch – der Outdoor-Kanal für Familien', '1.922 Aufrufe • vor 1 Monat', and a paragraph of text: 'Wir checken für euch Ausflugsziele und Freizeitaktivitäten im Südwesten und darüber hinaus. Familien aus Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz nehmen euch mit auf ihren Ausflug, geben konkrete Tipps für Eltern und Kinder jeden Alters – am Ende ziehen sie ihr ehrliches Fazit. Immer donnerstags gibt es ein neues Video.' Below the description is a 'MEHR INFOS' link.

On the left side of the page, there is a sidebar with a menu icon, the YouTube logo, and a list of navigation options: 'Start', 'Entdecken', 'Abos', 'Mediathek', and 'Verlauf'. Below the menu is a text block: 'Melde dich an, um Videos mit "Mag ich" zu bewerten, zu kommentieren und um Kanäle zu abonnieren.' and an 'ANMELDEN' button. At the bottom of the sidebar is a section titled 'DAS BESTE AUF YOUTUBE' with icons for 'Sport', 'Gaming', 'Filme & Serien', 'Nachrichten', and 'Live'.

FAMILIEN AUS BW UND RP CHECKEN AUSFLUGSZIELE UND FREIZEITAKTIVITÄTEN

SWR»



BESONDERHEITEN VON RAUS MIT EUCH:

- Nutzer*innen bekommen Anregungen und Tipps für ihre Ausflüge und Freizeitgestaltung
- Tipps und Bewertungen sind „ehrlich“ und ohne verborgene Interessen, weil sie von echten Familien kommen
- das Angebot macht nicht nur die Eltern glücklich, sondern auch die Kinder
- Nutzer*innen können selbst Anregungen und Bewertungen einbringen



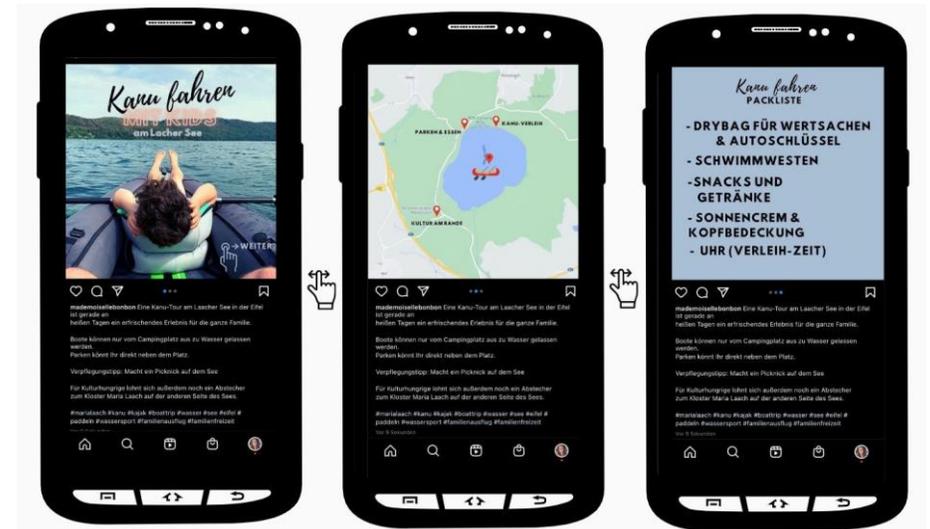
WO STEHEN WIR?

*



WAS SIND DIE NÄCHSTEN SCHRITTE

- Angebot optimieren
- Seeding und Distribution ausbauen
- Lineare Cross-Promo fortsetzen
- Entwicklung eines Instagram-Kanals
(Start voraussichtlich im März 2022)



TAGESORDNUNG

- 01** GENEHMIGUNG DES PROTOKOLLS
- 02** BERICHT DER VORSITZENDEN
- 03** HAUSHALTSPLANENTWURF 2022
- 04** BERICHT DER LANDESENDEKREISLEITERIN
- 05** BERICHT AUS DEM LANDESPROGRAMMAUSSCHUSS
- 06** AUSSPRACHE ZU 4 UND 5
- 07** HA LAND UND LEUTE: „RAUS MIT EUCH“
- 08** **VERSCHIEDENES**



TOP 8

VERSCHIEDENES

—

FREITAG, 12. NOVEMBER 2021



**VIELEN DANK FÜR IHRE
AUFMERKSAMKEIT!**



FREITAG, 12. NOVEMBER 2021



TOP 7

„RAUS MIT EUCH“

—

FREITAG, 12. NOVEMBER 2021

ZIELE

- Angebot für junge Familien
- In der Eroberungszielgruppe zwischen 35 und 45 Jahren (Genügsame und Heimatverbundene)
- Interessen: Outdoor, Action, Abenteuer, Wandern, Campen ect.



ENTWICKLUNG

- Angebot gemeinsam mit der Zielgruppe entwickelt
 - Welche Bedürfnisse / Erwartungen haben die Nutzer*innen?
 - Welche Probleme könnte das Angebot lösen?
 - Marktanalyse: Was gibt es schon und was können wir besser machen?



ERGEBNIS: RAUS MIT EUCH – DER SWR OUTDOOR-KANAL FÜR FAMILIEN

The screenshot shows the YouTube channel page for 'SWR Raus mit euch'. At the top, there is a search bar with the text 'Suchen' and a microphone icon. To the right of the search bar are icons for a grid, a vertical ellipsis, and a button labeled 'ANMELDEN'. Below the search bar is a banner image featuring a family of four (two adults and two children) hiking on a trail in a lush green forest. The banner includes the text 'JEDEN DONNERSTAG EIN NEUES VIDEO!' in a green speech bubble, the large title 'RAUS MIT EUCH!' in white, and the SWR logo. A small 'Impressum' button is visible in the bottom right corner of the banner.

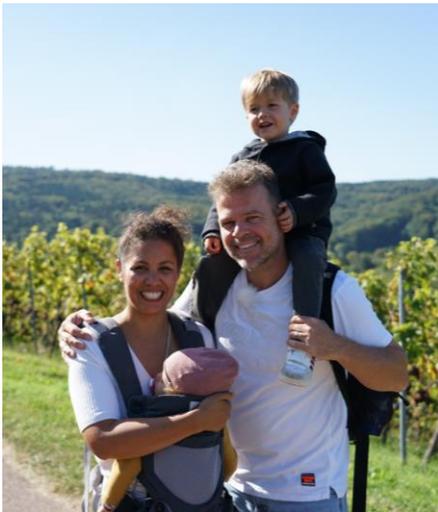
Below the banner is the channel's profile information: a circular profile picture with a white 'R' on a green background, the channel name 'SWR Raus mit euch', and '713 Abonnenten'. To the right of this information is a red 'ABONNIEREN' button. Below the profile information is a navigation menu with tabs for 'ÜBERSICHT', 'VIDEOS', 'PLAYLISTS', 'KANÄLE', 'DISKUSSION', and 'KANALINFO', followed by a search icon and a right-pointing arrow.

The main content area displays a video player for the video 'Raus mit euch – der Outdoor-Kanal für Fa...'. The video player shows a thumbnail with the 'RAUS MIT EUCH' logo and a progress bar at 0:01 / 1:18. To the right of the video player is the video's title, view count ('1.922 Aufrufe • vor 1 Monat'), and a description: 'Wir checken für euch Ausflugsziele und Freizeitaktivitäten im Südwesten und darüber hinaus. Familien aus Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz nehmen euch mit auf ihren Ausflug, geben konkrete Tipps für Eltern und Kinder jeden Alters – am Ende ziehen sie ihr ehrliches Fazit. Immer donnerstags gibt es ein neues Video.' Below the description is a 'MEHR INFOS' link.

On the left side of the page, there is a sidebar with a menu. At the top is the YouTube logo and 'DE'. Below it are navigation icons for 'Start', 'Entdecken', 'Abos', 'Mediathek', and 'Verlauf'. Further down is a section for notifications: 'Melde dich an, um Videos mit "Mag ich" zu bewerten, zu kommentieren und um Kanäle zu abonnieren.' Below this is another 'ANMELDEN' button. At the bottom of the sidebar is a section titled 'DAS BESTE AUF YOUTUBE' with icons for 'Sport', 'Gaming', 'Filme & Serien', 'Nachrichten', and 'Live'.

FAMILIEN AUS BW UND RP CHECKEN AUSFLUGSZIELE UND FREIZEITAKTIVITÄTEN

SWR»



BESONDERHEITEN VON RAUS MIT EUCH:

- Nutzer*innen bekommen Anregungen und Tipps für ihre Ausflüge und Freizeitgestaltung
- Tipps und Bewertungen sind „ehrlich“ und ohne verborgene Interessen, weil sie von echten Familien kommen
- das Angebot macht nicht nur die Eltern glücklich, sondern auch die Kinder
- Nutzer*innen können selbst Anregungen und Bewertungen einbringen



WO STEHEN WIR?

*



WAS SIND DIE NÄCHSTEN SCHRITTE

- Angebot optimieren
- Seeding und Distribution ausbauen
- Lineare Cross-Promo fortsetzen
- Entwicklung eines Instagram-Kanals
(Start voraussichtlich im März 2022)

