



LRMB - Landesrecht Ministerialblatt

Stammnorm

Ausfertigungsdatum: 15.10.2013

Programmrichtlinien des WDR gemäß § 4a WDR-Gesetz

Programmrichtlinien des WDR gemäß § 4a WDR-Gesetz

Verabschiedet vom WDR Rundfunkrat am 15. Oktober 2013.

Inhalt

1. Aktuelle Information und Hintergrundberichterstattung
2. Der WDR, zu Hause in NRW
3. Kultur und Gesellschaft
4. Bildung und Wissenschaft
5. Wirtschaft und Service
6. Sport im WDR
7. Unterhaltung
8. Fiktion
9. Angebote für Jüngere

1.

Aktuelle Information und Hintergrundberichterstattung

Sorgfältig und schnell

In der Information sind wir die Nummer 1. Sorgfältig recherchierte Fakten so schnell wie möglich in Radio, Fernsehen und Internet zu verbreiten, gehört zu unserem Kerngeschäft.

Wir berichten jederzeit und umfassend über die Regionen, das Land Nordrhein-Westfalen, Deutschland und die Welt. Unsere Redaktionen, Studios und ein Korrespondentennetzwerk im In- und Ausland stehen für die hohe journalistische Qualität der Information. Wir haben die Köpfe und das Know-how, um wichtige Themen zu vertiefen, zu erläutern, Zusammenhänge aufzuzeigen und aus unterschiedlichen Perspektiven darzustellen.

Zuverlässige Orientierung in einer Flut von Informationen zu bieten, sehen wir als Kern des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Unser Anspruch: Das Publikum soll und kann unseren Recherchen und Analysen vertrauen.

Mit unseren Informationsangeboten setzen wir einen hohen professionellen Standard. Der WDR informiert unabhängig und überparteilich. Wir berichten wahrhaftig, fair und kompetent. Wir sind keiner Konfliktpartei verpflichtet und hören immer auch die Gegenseite. Wir nutzen vielfältige Quellen und prüfen ihre Vertrauenswürdigkeit. Interessengeleitete Informationen und Äußerungen machen wir kenntlich.

Diesen Grundsätzen folgend schaffen wir Angebote, die als „Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung“ dienen können, wie es unser gesetzlicher Auftrag verlangt (vgl. WDR-Gesetz, § 4).

Das gilt in gleicher Weise für die Informationen und Sendungen, die der WDR zum ARD-Programm beiträgt. Er nimmt dabei als größter Zulieferer im Senderverbund eine herausragende Rolle ein.

Verständlich und verlässlich

Rund um die Uhr schärfen Journalistinnen und Journalisten in Radio, Fernsehen und Internet das Informationsprofil des Westdeutschen Rundfunks. Der Tag beginnt mit den vielfältigen aktuellen Angeboten der Radioprogramme von 1LIVE bis Funkhaus Europa – zielgruppengerecht aufgearbeitet und immer verlässlich. Im Fernsehen greift das vom WDR produzierte „*ARD-Morgenmagazin*“ schnell und kompetent aktuelle Ereignisse in und aus aller Welt auf.

WDR 2 informiert als aktuellster Tagesbegleiter in Nordrhein-Westfalen rund um die Uhr über die relevanten Ereignisse des Tages aus Nordrhein-Westfalen, Deutschland und der Welt. Aktuelle Informationssendungen bilden auch das Gerüst von WDR 5 – mit dem Blick hinter die Schlagzeilen und dem besonderen Interesse an Hintergrund und Einordnung.

Im WDR FERNSEHEN sind die elf „*Lokalzeit*“-Ausgaben, „*WDR aktuell*“ sowie die „*Aktuelle Stunde*“ für unser Publikum die erste Informationsquelle über regionale und landesweite Ereignisse.

Im WDR Text, unserem Videotextangebot, findet das Publikum jederzeit aktuelle Informationen aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport in Nordrhein-Westfalen. Zahlreiche Serviceseiten runden das Angebot ab.

wdr.de bietet jederzeit Zugriff auf Informationen aus Nordrhein-Westfalen und aller Welt, setzt eigene Schwerpunkte zu den Themen – stets ergänzt durch ausgewählte Audios und Videos aus dem Hörfunk- und Fernsehprogramm. Die Mediathek gibt zudem einen Überblick über die Programmleistungen des ganzen Hauses: Radio- und Fernsehsendungen zum Nachhören und Nachschauen, wann immer und wo immer man will.

Damit der WDR in einer sich ständig wandelnden Medienlandschaft auch künftig in der aktuellen Berichterstattung führend bleibt, qualifizieren sich Redakteurinnen und Redakteure kontinuierlich für neue inhaltliche und dramaturgische Herausforderungen. Wir stellen unsere Technik auf die Erfordernisse einer vernetzten und digitalisierten Produktion ein, sind immer auf dem neuesten Stand und bieten eine immer schnellere Informationsvermittlung an.

Wir suchen den Dialog mit unserem Publikum und begegnen den Menschen auf Augenhöhe. Das heißt, wir reagieren offen auf Kritik und Anregungen und bieten unserem Publikum geeignete Foren für seine Rückmeldungen. Der WDR ist offen für Kontakte: an Programm- oder Redaktions-hotlines, per Mail, in Internetgästebüchern und in sozialen Netzwerken. Informationen und Reaktionen aus dem Publikum finden so auch den Weg in aktuell produzierende Redaktionen von Hörfunk, Fernsehen und Internet.

Wir greifen die Themen auf, die für die Menschen relevant sind. Gesprächswertigkeit gehört dazu. Anregungen, Kommentare und Kritik unseres Publikums – insbesondere in sozialen Netzwerken – werden als Quelle unserer Programmarbeit immer wichtiger. Selbstverständlich werden auch diese Informationen anhand der im WDR üblichen professionellen Standards für Relevanz und journalistische Sorgfalt geprüft, bevor sie Teil der Berichterstattung oder der weiterführenden Recherche werden.

Wir sehen es als wichtige Aufgabe des Programms an, schon Kindern und Jugendlichen aktuelle Informationen in altersgemäßer Form anzubieten. Informationsangebote im Kinderradiokanal KiRaKa und Fernsehsendungen wie „*neuneinhalb*“ holen unser junges Publikum in seiner Lebenswirklichkeit ab. Auch über eine Identifikation mit Musik und jungem Lebensgefühl kann Interesse für Informationsangebote geweckt werden – unsere junge Welle 1LIVE beweist dies täglich.

Wir wollen gute Quoten, machen uns aber nicht davon abhängig.

Quantitative und qualitative Untersuchungen der Medienforschung sind wichtige Instrumente, um die Wertigkeit unserer Informationsangebote zu erhalten und zu steigern. Wir nutzen internes und externes Feedback als Ansporn, um noch besser zu werden, denn wir wollen unserem Publikum ein erstklassiges Programm bieten.

Hintergründig und nachhaltig

In einer Welt, in der zahllose Anbieter in allen Medien immer mehr und immer schneller Informationen verbreiten, ist Orientierung nötig. Die liefern wir mit einer fundierten Hintergrundberichterstattung, die zum öffentlich-rechtlichen Markenkern des WDR-Programms gehört. Sie geht über die tagesaktuelle Berichterstattung hinaus, erklärt Ursachen, Zusammenhänge und langfristige Entwicklungen, beleuchtet die Motive handelnder Personen oder Interessengruppen und kontrolliert Entscheider in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Unsere Reporter und Redakteure

decken durch investigative Recherchen Missstände auf und stoßen öffentliche Debatten an. Dabei scheuen wir uns nicht, klare Standpunkte zu vertreten und eine Haltung zu haben.

Indem wir eigene Themenschwerpunkte setzen und beständig nachhaken, schaffen wir journalistische Nachhaltigkeit, die gesellschaftliche und politische Veränderungen bewirken kann.

Im Hörfunk sind Hintergrundberichte der Markenkern von WDR 5. Hierfür stehen etwa die Radiofeatures in den Sendereihen „*Dok5*“ und „*Tiefenblick*“ oder das „*Morgenecho*“, mit Hintergründen und Analysen zum aktuellen politischen Geschehen. WDR 3 bietet Hintergründe vor allem zu kulturellen und gesellschaftspolitischen Themen, zum Beispiel im „*Kulturfeature*“.

Im Fernsehen stehen Sendungen wie „*Monitor*“, „*die story*“, „*Westpol*“, „*Könnnes kämpft*“ und „*Sport inside*“ für investigativen Journalismus, der eigene Themen setzt und für Schlagzeilen sorgt: sei es bei der Berichterstattung über die Finanz- und Bankenkrise, die Energiewende oder Doping im Sport. Wie wichtig die Erläuterung von Hintergründen gerade in der komplexen Welt der Wirtschaft ist, zeigen die Magazine „*markt*“ und „*plusminus*“ sowie im Hörfunk die werktägliche Sendereihe „*Profit*“ auf WDR 5. Hier werden Zusammenhänge dargestellt und die Interessen der handelnden Personen und Institutionen deutlich gemacht, wenn es zum Beispiel um die Arbeitsbedingungen bei Billigdiscountern oder die Ursachen von Lebensmittelskandalen geht. Dadurch schaffen wir Vertiefung und Verständlichkeit, die von unserem Publikum hoch geschätzt wird.

Mit unseren Gesprächsformaten im Ersten, dem „*Presseclub*“, „*Hart aber fair*“ und „*Menschen bei Maischberger*“, vertiefen wir in lebhaften und lebensnahen Diskussionen aktuelle Entwicklungen aus Politik und Gesellschaft. Dabei bieten wir unseren Zuschauerinnen und Zuschauern die Möglichkeit, die Positionen unterschiedlicher Diskussionsteilnehmer im direkten Vergleich zu erleben und wollen ihnen durch das Aufzeigen eines möglichst breiten Meinungsspektrums dabei helfen, auch zu kontroversen Themen ihren eigenen Standpunkt zu finden. Intensive Debatten, persönliche Schilderungen oder die bewusst sachorientierte Analyse eines Themas können auf unterschiedlichen Ebenen gleichermaßen zum Erkenntnisgewinn der Zuschauerinnen und Zuschauer und zu ihrer Orientierung beitragen.

Sendungen wie der „*Weltspiegel*“ oder „*WDR Weltweit*“ tragen dazu bei, dass die Ursachen internationaler Konflikte oder die Auswirkungen der Globalisierung von unserem Publikum besser verstanden werden. Dafür sorgen eigene Korrespondenten und Reporter, die vor Ort recherchieren und sich ein umfassendes Bild machen können. Neben dem Format „*Bericht aus Brüssel*“ vermitteln wir in unseren Nachrichtensendungen und Magazinen europäische Sichtweise anschaulich und verständlich.

In den regionalen Programmen wie der „*Aktuellen Stunde*“ und der „*Lokalzeit*“ sowie verschiedener Wellen des Hörfunks liefert der WDR wichtige Hintergründe zu politischen und gesellschaftlichen Themen und Ereignissen in Nordrhein-Westfalen. Gerade in der Region ist die nachhaltige Hintergrundberichterstattung eine große Stärke des WDR. Beispielhaft dafür sind die Recherchen und Berichte zum rechtsextremistischen Netzwerk NSU in Nordrhein-Westfalen oder zum Korruptionsskandal rund um die Kölner Messehallen.

Auch im Internet setzt der WDR auf Hintergrundberichterstattung: Sowohl wdr.de als auch die zahlreichen sendungsbegleitenden Internetauftritte bieten einordnende Artikel und Grafiken sowie umfassende Dossiers, die über die Abbildung der Aktualität weit hinaus reichen. Interviews und Zitate können in voller Länge abgerufen, Dokumente eingesehen und Quellen im Zusammenhang überprüft werden. Dadurch werden Recherchen transparent und nachvollziehbar.

So bietet das Internetangebot des WDR eine öffentlich-rechtliche Alternative zur und Orientierung in der Unübersichtlichkeit des Internets und seinen oft schwer zu überprüfenden Informationen und zweifelhaften Quellen.

Innovativ und investigativ

Hintergrundberichterstattung bleibt für den WDR eine zentrale Aufgabe. Insbesondere mit selbst gesetzten, investigativ recherchierten Geschichten, die Hintergründe beleuchten, kann auch ein neues, jüngeres Publikum erreicht werden. Dies gilt vor allem für die Verbreitung im Internet, wo einzelne Magazinberichte oder Dokumentationen heute schon ein Millionenpublikum erreichen. Im Hörfunk bündelt das „*ARD Radiofeature*“, das einmal im Monat auf WDR 5 („*Dok5*“) ausgestrahlt wird, aufwändige Recherchen zu Hintergründen und komplexen Zusammenhängen aktueller Themen. Deshalb wollen wir Hintergrundberichterstattung in unserem Programm stärken und weiterentwickeln.

Im Fernsehen ist zu diesem Zweck ein „investigatives Ressort“ etabliert worden. Auch im Hörfunk und im Internet will der WDR diese Form der Berichterstattung weiter voranbringen. Diese Initiativen sollen künftig miteinander vernetzt werden. Ziel ist, die Kooperation zwischen Hörfunk, Fernsehen und Internet bei rechercheintensiven Stoffen zu fördern und eine breitere medienübergreifende Veröffentlichung zu gewährleisten.

Dabei ist es auch wichtig, dass wir aufwändig recherchierte, exklusive Geschichten im Programm noch besser sichtbar machen, beispielsweise auch durch Programmschwerpunkte, bei denen journalistisch herausragende Dokumentationen in der Primetime beispielsweise mit fiktionalen oder Talkformaten kombiniert werden.

Das Internet bietet für Hintergrundberichterstattung ganz neue Recherchewerkzeuge, Darstellungsformen und Möglichkeiten der Vernetzung und Interaktion, z.B. durch die Auswertung neuartiger digitaler Quellen wie Wikileaks oder umfassender Behördendaten, die auf Basis des Informationsfreiheitsgesetzes abgefragt werden. Dazu gehören auch neue Methoden wie das „Crowdsourcing“ über die sozialen Medien. Komplizierte Zusammenhänge und Analysen lassen sich im Netz etwa mit interaktiven Karten anschaulich darstellen. Perspektivisch will der WDR diese Möglichkeiten künftig stärker nutzen, um auch über das Internet einen journalistischen Mehrwert zur aktuellen Berichterstattung zu liefern.

2.

Der WDR, zu Hause in NRW

Wir machen Rundfunk für die Menschen in Nordrhein-Westfalen. Jeder zweite Radiohörer und jede zweite Radiohörerin schaltet täglich eine unserer Hörfunkwellen ein und jedes dritte Fernsehgerät im Land zeigt an quotenstarken Tagen eine Sendung der „Lokalzeit“. Unsere regionalen Angebote im Radio, im Fernsehen und im Internet stehen für schnelle Information und kom-

petente sowie seriöse Berichterstattung. Wir erzählen Geschichten aus dem Alltag und sind auf Augenhöhe mit unseren Zuschauerinnen, Zuschauern, Hörerinnen und Hörern. Das heißt, wir stellen komplizierte Sachverhalte verständlich dar, erläutern politische Diskussionen an lebensnahen Beispielen und liefern praktisch verwertbare Service- und Hintergrundinformationen. Das Lebensgefühl der Menschen und der Gesprächswert sind wichtige Kriterien für die Auswahl von Themen und deren Darstellung in unseren Sendungen.

Näher an den Menschen

Radio, Fernsehen und Internet kommen bei uns von nebenan. Mit elf Studios sind wir in allen Regionen vertreten – und zwar in Köln, Düsseldorf, Aachen, Bielefeld, Bonn, Dortmund, Duisburg, Essen, Münster, Siegen und Wuppertal. Wir entsprechen damit dem Auftrag, „im Programm der regionalen Gliederung unseres Sendegebietes Rechnung zu tragen“ (vgl. WDR-Gesetz, § 4).

Die „*NRW-Infos*“ auf WDR 2 und die „*Lokalzeit*“ des WDR FERNSEHENS sind zum Inbegriff der regionalen Berichterstattung der Studios geworden. Unsere Sendungen sind live und immer topaktuell. Für viele Menschen gehören sie ganz selbstverständlich zum Alltag – für einige schon seit Jahrzehnten. Auf diese enge Bindung zu unseren Hörerinnen und Hörern sowie Zuschauerinnen und Zuschauern sind wir stolz. Dieses Vertrauen wollen wir uns auch weiterhin verdienen: durch einen verantwortungsvollen Umgang mit Menschen und Themen.

Regionaler Qualitätsjournalismus

Wir kennen uns in Nordrhein-Westfalen bestens aus, denn wir sind ein Teil davon. Wir sind unabhängig von wirtschaftlichen oder sonstigen Interessen und einem regionalen Qualitätsjournalismus verpflichtet. Wir recherchieren Hintergründe und decken Missstände auf, wir stellen Fragen und gehen den Dingen auf den Grund.

Das Spektrum unserer Themen ist so vielfältig wie das Land, seine Menschen und Regionen. Die Sendungen bilden dabei alle Aspekte des Lebens ab – Politik und Gesellschaft, Bildung und Sport, Arbeit und Freizeit, Kunst und Küche, Familie, Alltag und Lebensgefühl, Kultur, Religion und Brauchtum.

Im WDR FERNSEHEN zeigen wir unseren engen Bezug zu Nordrhein-Westfalen. Wir informieren in „*WDR Aktuell*“ über das Geschehen im Land. Die „*Aktuelle Stunde*“, das Informationsmagazin des WDR FERNSEHENS, und die elf Ausgaben der „*Lokalzeit*“ haben höhere Marktanteile als jemals zuvor und täglich ein Millionenpublikum. Am Vorabend ist das WDR FERNSEHEN Marktführer unter allen Programmen in Nordrhein-Westfalen. Auch beim jüngeren Publikum unter 49 Jahren kommen die Regionalsendungen gut an. Jede Woche widmen wir uns in der Primetime am Hauptabend in der „*Doku am Freitag*“ mit regionalen Dokumentationen ausführlich dem Leben der Menschen in Nordrhein-Westfalen.

Vom „*NRW-Quiz*“ bis zur „*Servicezeit*“ – in allen denkbaren Variationen spielen die Themen im Land oder beziehen sich darauf. Das Magazin „*Westpol*“ zeigt die Auswirkungen der Politik auf das Land. Wir beweisen mit üppigen Bildern und leckeren Rezepten, dass Nordrhein-Westfalen lecker, süß und auch wunderschön ist. Wir sind da, wo was los ist im Land, beim Karneval, den Kölner Lichtern, beim Schützenfest in Neuss, der Warendorfer Hengstparade und in den Sportstadien.

Regionale Themen finden überall im Programm unserer sechs Hörfunkwellen statt – an jedem Tag der Woche zu praktisch jeder Tageszeit. Jeweils zur halben Stunde sind in den WDR 2 „NRW-Infos“ aktuelle, relevante Themen aus dem Alltag der Menschen in den Regionen und Stimmen aus der Nachbarschaft zu hören. Diese Sendungen haben wir mit großem Engagement aller Redaktionen neu ausgerichtet. Sie enthalten jetzt neben Kurznachrichten auch Live-Reportagen, Hintergrundberichte und Kommentare. Um Landespolitik und um Themen von nebenan geht es bei WDR 5 im NRW-Magazin „Westblick“, die Publikumssendung „Stadtgespräch“ setzt Themen. 1LIVE unterhält und informiert aus dem „Sektor“ und stiftet so eine besondere regionale Identität für die junge Zielgruppe. Die aktuelle Kulturberichterstattung in den „Resonanzen“ auf WDR 3 mit der Abbildung der regionalen Kulturlandschaft und die Heimatverbundenheit von WDR 4 sind weitere Beispiele für den Stellenwert des Regionalen in unserem Programm. Mit zahlreichen Auftritten in ganz Nordrhein-Westfalen bringen die WDR Klangkörper Musik und Kultur in alle Regionen des Landes.

Nähe zu den Menschen im Land ist für uns auch im Internet typisch. Das Programm im Internet ist minutenaktuell und hintergründig, es ist multimedial und lässt sich auch unterwegs nutzen. Per Livestream senden wir das WDR Fernsehprogramm und alle Hörfunkwellen. Viele der einzelnen Sendungen und Beiträge stellen wir in der WDR Mediathek bereit.

Wir bereiten unsere regionalen Inhalte für Smartphones und Tablets auf. So erreichen wir auch verstärkt jüngeres Publikum. Wir nutzen soziale Netzwerke für den Dialog mit den Menschen, die uns zuschauen und zuhören, sodass sie Impulse für die Programmgestaltung geben können. Dieser direkte Austausch bringt Anregungen und Kritik fürs Programm, er ist fordernd und bereichernd.

Gutes Programm für NRW - auch in Zukunft

In den vergangenen Jahren haben wir unsere Regionalstudios technisch für die Zukunft umgerüstet. Von Aachen bis Bielefeld produzieren wir digital und vernetzt; Ton- und Videobänder sind Geschichte. Dadurch sind wir noch schneller und effizienter in der Berichterstattung – bei bester technischer Qualität.

Wir setzen uns immer neue Ziele und arbeiten mit Leidenschaft an der Entwicklung unserer Programme. Wir sind die ersten und häufig die schärfsten Kritiker unserer Sendungen. Zu der ausgeprägten internen Kritikkultur kommen die regelmäßigen Umfragen unter den Hörerinnen, Hörern, Zuschauerinnen und Zuschauern deren Ergebnisse unmittelbar in die Programme eingehen. Mit großem Aufwand schulen wir die Reporterinnen und Reporter, Autorinnen und Autoren sowie Redakteurinnen und Redakteure, damit auch Formate mit Tradition, wie die „Lokalzeit“ und die „Aktuelle Stunde“, kontinuierlich weiterentwickelt werden.

Deshalb haben wir in Nordrhein-Westfalen viel erreicht. Die Menschen kennen und vertrauen uns, sie wissen, dass wir schnell auf aktuelle Ereignisse reagieren. Sympathisch, seriös und nah dran, so beschreiben sie uns. Den Menschen sind wir wichtig, das wissen wir aus vielen Gesprächen und auch Umfragen. Wir sind eng mit dem Land verbunden und werden von den Menschen als das wahrgenommen, was wir sein wollen und sind: ein Stück Heimat.

3.

Kultur und Gesellschaft

Der WDR ist Kultur

Nordrhein-Westfalen ist ein Land mit reicher Kultur zwischen Bühne und Brauchtum. Der WDR ist Teil Nordrhein-Westfalens und berichtet über Ereignisse, Entwicklungen und Personen des kulturellen Lebens. Als Produzent und Veranstalter schaffen wir selbst Kultur, sind bedeutender Motor der Kulturwirtschaft und fördern Künste und Künstler. Außerdem dokumentieren wir die Kultur und das Leben der Menschen im Land.

Damit ermöglicht der WDR Zugang zu Kultur und Diskursen, bietet Orientierung und schafft Nähe, Identifikation, Verständnis und eine Verbindung zwischen Kultur, Gesellschaft und Religion. Das sind Aufträge der Gesellschaft an uns.

Es gibt mehr als nur eine Kultur. Kulturen sind vielfältig und dynamisch: Alltagskultur und Avantgarde, Hochkultur und Nischenkultur, Subkultur und Popkultur. Neugier genügt als Voraussetzung für Kulturgenuss und gesellschaftliche Teilhabe. Der WDR verpflichtet sich in einer Weise zur kulturellen Bildung, die ein tieferes Verständnis der Vielfalt von Kultur ermöglicht, nicht nur im Hinblick auf Hoch- und Alltagskultur, sondern vor allem in Hinblick auf kulturelle Veränderungen durch Menschen mit Migrationshintergrund.

Alle Formen von Kultur verbindet, dass sie im Gespräch, im gemeinsamen Erleben, in der Diskussion und Auseinandersetzung zu verstehen sind. Deshalb bietet der WDR zahlreiche Angebote zur Einordnung und ist offen für alle Formen von Kultur. Unsere Sendungen und Veranstaltungen tragen zur individuellen Meinungsbildung und zur gesellschaftlichen Identitätsbildung bei – immer mit dem Blick über den eigenen Tellerrand hinaus.

Radio ist Kultur

Zahlreiche Radiosendungen und Internetangebote des WDR tragen die Kultur schon im Titel: die Kulturmagazine „Mosaik“, „Resonanzen“ und „Kultur am Sonntag“ in WDR 3 und „Scala“ in WDR 5, die Literaturmagazine „WDR 3 Gutenbergs Welt“ und „WDR 5 Bücher“ sowie der Internet-„Kulturticker“. Dort – aber auch in tagesaktuellen Sendungen – berichten wir in allen Formen, von Rezension über Kommentar bis Feature, über Theater, Oper, Literatur, bildende Kunst, Medien, Musik, Film, Kulturpolitik, Glaubensfragen und die Verbindung zwischen Kultur und Gesellschaft. Außerdem ist der WDR mit zahlreichen hochwertigen Hörspielen, Features, Konzerten und öffentlichen Veranstaltungen immer auch selbst Kulturakteur.

Wo Kultur drin ist, muss aber nicht unbedingt auch Kultur draufstehen: Regelmäßige Buch-, Kino- und Musiktipp finden sich in vielen Sendungen, das Brauchtum wird unter anderem in WDR 4 gepflegt. 1LIVE verbindet in „Klumbing“ die Live-Lesung einer Schriftstellerin oder eines Schriftstellers mit einem Gespräch und DJ-Musik. Nah an gesellschaftlich wichtigen Themen und am Publikum sind der „MonTalk“ und die „Sonntagsfragen“ in WDR 2 und das „Tischgespräch“ in WDR 5.

Kultur – das sind Geschichten und Gespräche mit interessanten Menschen und mit unseren Hörerinnen und Hörern. Bei der 24-Stunden-Lesung „WDR 5 Literaturmarathon“ treffen Geschich-

ten auf die offenen Ohren des Publikums im WDR Funkhaus und am Radio. Bei der WDR 3-Höreraktion „*Lieblingsstücke*“ berichten Klassikfans von Musik, die in ihrem Leben eine große Rolle gespielt hat. Jeden Sonntag erzählen Prominente bei WDR 4 „*Erstklassisch*“, welches ihr Lieblingsstück ist. Kultur ist jeden Tag in WDR 3 und WDR 5 auch die lyrische Flaschenpost in Form eines liebevoll produzierten Gedichts.

Im WDR ist Musik

Der WDR sendet Musik der unterschiedlichsten Genres in seinen Programmen und präsentiert Musik in Konzerten. Der WDR fördert Musik durch Produktionen mit freien Ensembles, Kompositionsaufträge, Wettbewerbe und Veranstaltungen wie „*WDR 3 Open Auditions*“, bei denen die Besten der Musikhochschulen in Nordrhein-Westfalen ihr Können live vor Publikum und im Radio beweisen.

1LIVE und WDR 2 laden regelmäßig zu exklusiven Radiokonzerten, WDR 4 veranstaltet Wohnzimmerkonzerte und bildet mit WDR 3 bei vielen Live-Übertragungen und Mitschnitten die Heimat der Klangkörper, Funkhaus Europa spiegelt als „Global Sounds Radio“ kulturelle Vielfalt.

Pionierarbeit leisten die „Wittener Tage für neue Kammermusik“, die „Tage Alter Musik in Herne“ sowie das „WDR 3 Jazzfest“. Diese Festivals dokumentieren beispielhaft das große Engagement des WDR für neue Entwicklungen und Künstlerinnen und Künstler im Bereich der Komposition, der Aufführungspraxis und des Jazz. Der „*Rockpalast*“ liefert zahlreiche Rock- und Popkonzert-highlights für Fernsehen, Hörfunk und Internet. Auch die klassische Musik und die Jazzfestivals in Nordrhein-Westfalen haben ihre regelmäßigen Sendeplätze im WDR FERNSEHEN.

Bei jährlich 200 Konzerten der vier WDR Klangkörper Sinfonieorchester, Rundfunkorchester, Big Band und Rundfunkchor können Menschen aller Altersklassen die Welt der Musik von der Renaissance bis zur Gegenwart erleben. In allen Genres der Klassik, Avantgarde, Jazz und Unterhaltung bringen wir die renommiertesten Künstler nach Nordrhein-Westfalen und im Radio, im Fernsehen sowie auf Tonträgern und digitalen Verbreitungswegen zu unserem Publikum. ECHO und Grammy, Berlin, Kairo, Los Angeles und Tokio – auch international spielen wir in der ersten Liga.

„Unerhörtes“ bietet „*Plan M*“, das vielfältige Musikvermittlungsprogramm der WDR Klangkörper: Mit neuen und kreativen Konzertformaten, Workshops und Mitmachprojekten begeistern wir Kinder ab dem Kindergartenalter und Jugendliche für uns und unsere Musik – im Konzertsaal genauso wie bei Besuchen in Schulen des Sendegebiets.

Fernsehen ist Kultur

WDR FERNSEHEN bildet die schillernde und abwechslungsreiche Palette des Kulturlebens in Nordrhein-Westfalen in zahlreichen Formaten ab. Unter der Kulturmarke „*West ART*“ informieren wir im „*Magazin*“, im „*Kulturtalk*“ und in den „*Meisterwerken*“ über kulturelle Ereignisse und gesellschaftlich wichtige Themen – genauso wie im ARD-Kulturmagazin „*ttt*“ und der preisgekrönten Büchersendung „*Druckfrisch*“. Zahlreiche hochwertige Dokumentationen und Dokumentarfilme im WDR und für die ARD und Arte dringen tief in den gesellschaftlichen, kulturellen, geschichtlichen und religiösen Kosmos des Landes ein und liefern Anstöße zu vielen Debatten. Die vom WDR für Fernsehen und Kino produzierten fiktionalen Stoffe sind ein wichtiges Kulturgut

und greifen immer wieder Themen auf, die in der Gesellschaft diskutiert werden; dies gilt auch für unsere Serien und Reihen wie beispielsweise den „*Tatort*“.

Großen Raum für einen weitgefassten Kulturbegriff bieten die unterschiedlichen Kabarett- und Comedyformate im WDR. Auch in den aktuellen Programmen des WDR wie der „*Aktuellen Stunde*“, den „*Lokalzeit*“-Ausgaben im Lande und dem vom WDR produzierten „*Morgenmagazin*“ in der ARD ist Raum für aktuelle kulturelle Berichterstattung.

Internet ist Kultur

wdr.de bietet Kultur – publikumsnah und innovativ. Für „*digit*“ liefern die Menschen ihre alten Fotos und Filme: wdr.de digitalisiert sie, stellt sie ins Netz und hilft so, ein Stück Alltagskultur zu bewahren und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Mit 360-Grad-Panoramen können Fotos räumlich wahrgenommen werden, zum Beispiel vom Bergwerk Prosper Haniel. 2012 haben beim medienübergreifenden Kulturangebot „*Ein Tag Leben in NRW*“ viele Hundert Menschen ihren Alltag mit Handys und Kameras für einen Dokumentarfilm festgehalten. Das Dossier „*Weltreligionen*“ bietet Aktuelles und Hintergründe zu Islam, Christentum, Judentum, Buddhismus und Hinduismus. So ergänzen sich Programme von Hörfunk, Fernsehen und Internet perfekt im Medienmix.

Unmittelbarer Austausch findet bei Social TV und Social Radio und kommentierbaren Livestreams statt. Die Nutzerinnen und Nutzer verfolgen eine Übertragung und können gleichzeitig auf dem „Second Screen“ zum Beispiel via Facebook oder Twitter darüber diskutieren. Social TV gab es unter anderem zum „*Tatort*“ oder zu Karneval, Social Radio zu besonderen Fußballereignissen. Unsere Programme werden in digitalen Zeiten so wieder zum Gemeinschaftsereignis: Menschen sehen fern oder hören Radio und reden in Social Media darüber.

Wir bewahren Kultur

Kultur braucht Schutz. Wir wollen die Plattform sein, auf der die Menschen in Nordrhein-Westfalen Kultur in allen Spielarten erfahren und genießen können. Mit unseren Sendungen und Veranstaltungen gewährleisten wir Teilhabe an der kulturellen Weiterentwicklung und schaffen so bezahlbare Kultur für alle. Wir machen Kultur zugänglich und verständlich, sorgen also für „kulturelle Barrierefreiheit“. Neugier wird auch in Zukunft genügen. Kulturelle und gesellschaftliche Zusammenhänge werden immer vielfältiger und komplexer; wir haben als öffentlich-rechtlicher Rundfunk die Erfahrung und Kompetenz, Orientierung zu bieten, Neues aufzuspüren und vor allem: Bedeutendes von Banalem zu trennen.

Wir wagen Neues

Kultur und gesellschaftliche Diskussionen brauchen Freiraum, attraktive Sendeplätze und ein kreatives Klima für Innovation und Überraschung. In multimedialen Zeiten entwickeln wir neue und attraktive Formen der Berichterstattung und des künstlerischen Ausdrucks wie Flashmobs der Klangkörper auf öffentlichen Plätzen und digitalen Foren und präsentieren eigene Kulturereignisse, über die unser Publikum spricht.

Kultur ist keine Einbahnstraße: Über multimediale Kanäle können wir erfahren, was Menschen aller Altersklassen, Interessengruppen und Communities bewegt. Wo gibt es Trends und neue Entwicklungen? Was sind die kulturellen und gesellschaftlichen Themen?

Auf vielen Verbreitungswegen wollen wir unser Publikum mit anspruchsvollen Themen immer wieder in Erstaunen versetzen.

4.

Bildung und Wissenschaft

Den Dingen auf den Grund gehen, Expertinnen und Experten auf Augenhöhe interviewen, in Wissenschaft und Forschung die besten Antworten zu aktuellen und wichtigen Fragen finden, einen wesentlichen Beitrag zum „lebenslangen Lernen“ der Menschen zu leisten (vgl. WDR-Gesetz, § 4) – das ist Aufgabe der Wissenschaftssendungen beim WDR.

Genauso wichtig wie eine fundierte und unabhängige Recherche ist die verständliche Erläuterung und attraktive Präsentation auch komplizierter Sachverhalte. Wenn Ranga Yogeshwar im Studio mit einem Presslufthammer eine Mauer einreißt, geht es natürlich auch um den Showeffekt. Aber eben nicht nur. „*Quarks & Co*“ erklärt, wie Lärm und Vibrationen die Gesundheit belasten und was man dagegen tun kann.

Wissen auf allen Kanälen

Der WDR steht für eine starke Wissenschaftsberichterstattung: „*Quarks & Co*“ ist eine erfolgreiche Marke im WDR FERNSEHEN. Seit mehr als 20 Jahren geht die Sendung wöchentlich zur besten Sendezeit einem Thema auf den Grund – mit beachtlichem Erfolg vor allem auch in der jüngeren Zielgruppe. „*Planet Wissen*“ läuft im Nachmittagsprogramm des WDR FERNSEHENS als Wissensformat mit einem hoch akzeptierten Onlineauftritt. „*Leonardo – Wissenschaft und mehr*“ ist seit mehr als 15 Jahren das einstündige Wissenschaftsmagazin im Hörfunk, das fünfmal wöchentlich ausgestrahlt wird. Die Redaktion beliefert mit ihrem Know-how alle Radioprogramme und Onlineplattformen. wissen.wdr.de bündelt die Wissensangebote des WDR im Internet. „*Planet Schule*“ präsentiert im Fernsehen und online Filme und Hintergrundinformationen sowie Materialien für den Unterricht. Die in Kooperation mit anderen ARD-Anstalten gestalteten Wissensformate „*W wie Wissen*“, „*Nano*“ und „*Xenius*“ gehören im Ersten, bei 3sat und Arte zu den Aushängeschildern. Für Das Erste produziert der WDR die Mitmachsendung „*Kopfball*“.

Keine vorschnellen Wahrheiten

Eine kritische Wissenschaftsberichterstattung hat beim WDR Tradition. Dazu gehört Hinterfragen, Einordnen und Orientieren.

Relevanz ist ein wichtiges Kriterium bei Themenwahl und -aufbereitung. Themen aus dem Alltag der Menschen in Nordrhein-Westfalen haben in unseren Sendungen genauso Platz wie neue, internationale Erkenntnisse aus Wissenschaft und Forschung. Sensationen, Hypes und Spekulationen haben wir im Blick, prüfen diese sorgfältig und klären auf. Im Zweifel geht Gründlichkeit vor Schnelligkeit. Eine allein auf Sensationen abzielende Berichterstattung ist bei uns tabu.

Unser Publikum weiß, dass es unseren Inhalten vertrauen kann. Wir berichten über wissenschaftliche Erkenntnisse, ohne diese als endgültige Wahrheiten darzustellen. Wir zeigen, wie die Forschung zu ihren Ergebnissen kommt und welche Folgerungen sich daraus ableiten lassen. Das macht den Wissenschaftsbetrieb transparent und fördert den kritischen Umgang mit Medienprodukten.

Umwelt

Der Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen hat in den WDR-Programmen eine große Bedeutung. Umweltschutz und Nachhaltigkeit wird nicht (nur) als Verzicht vermittelt, sondern auch als große Chance, die Gesellschaft zu modernisieren, ohne die Lebensbedingungen zukünftiger Generationen zu gefährden. Umweltthemen finden sich täglich in der aktuellen Berichterstattung sowie in vertiefenden Hintergrundsendungen und -beiträgen in allen Programmen bis hin zu den beliebten wöchentlichen Tier- und Naturdokumentationen „*Abenteuer Erde*“ im WDR FERNSEHEN und „*Erlebnis Erde*“ im Ersten. Sie sensibilisieren für Artenschutz und dokumentieren ein nachhaltiges Engagement für unsere Umwelt. Auch fiktionale Formate greifen Umweltthemen auf: So thematisiert etwa die „*Lindenstraße*“ Umweltbelastungen durch Tourismus und Automobilverkehr oder die Entstehung neuer Arbeitsplätze in der Ökobranchen.

Die Betroffenheit unserer Hörerinnen und Hörer ist bei Umweltgefahren wie der Belastung von Gewässern in Nordrhein-Westfalen naturgemäß größer als beim Regenwaldverlust in Zentralafrika. Nur wer über die nötigen Informationen verfügt, kann sich einmischen und mitgestalten und zum Beispiel sein eigenes Konsumverhalten hinterfragen.

Die WDR-Programme widmen dem globalen Thema „Schutz des Weltklimas“ breiten Raum und fragen in ihrer Berichterstattung auch nach der Verantwortung Deutschlands und seiner Bürgerinnen und Bürger.

Perspektivenwechsel gehören dazu

Eine Stärke der WDR-Wissenschaftssendungen ist, dass sie nicht nur naturwissenschaftliche Fragen angehen, sondern auch geistes- und gesellschaftswissenschaftliche Themen berücksichtigen. Wissenschaftsthemen werden in gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, kulturellen und politischen Zusammenhängen erläutert. Hier bemühen wir uns, auch andere Ressorts eng einzubeziehen. Wer beispielsweise umfassend über das Klima berichten will, muss das Thema von mehreren Seiten angehen und sich mit Atmosphärenforschung, Energie, Technik, Emissionshandel und Gesundheitsfolgen beschäftigen.

Vernetzung der Ressourcen

Die WDR-Wissenschaftsredaktionen bilden zusammen mit der Redaktion Bildung eines der größten Fachressorts dieser Art in der deutschen Medienwelt. Bei Wissensthemen ist der WDR eine feste Größe in der ARD. Die Redaktionen stellen ihre fachliche Kompetenz allen Programmen des WDR und der ARD zur Verfügung. Um die vorhandenen Ressourcen zukunftsorientiert zu vernetzen, arbeiten inzwischen die Redaktionen von „*Quarks & Co*“ und „*Leonardo*“ trimedial und redaktionsübergreifend zusammen. Die Fachredaktionen können durch die intensive Zusammenarbeit Wissens- und wissenschaftsnahe Themen auch künftig attraktiv aufbereiten und Sendeplätze, sowohl in der Primetime als auch in der Fläche, zuverlässig bestücken.

Fragen der Menschen nachvollziehbar beantworten

„Verbraucht ein Auto mit 120 km/h auf derselben Strecke weniger Benzin als mit 80 km/h, weil es schneller am Ziel ist?“ fragte beispielsweise ein Zuschauer die „Kopfball“-Redaktion. Zwei identische Autos fuhren so lange eine Rennstrecke ab, bis der Tank leer und diese Frage beantwortet war – anschaulich, unterhaltsam und nachvollziehbar. Der Wagen mit 80 km/h fuhr noch, als der andere schon lange stehen geblieben war. Diese Form, zugleich attraktiv und verständlich, überzeugt auch ein jüngeres Publikum.

Mitmachformate wie die Sendung „Kopfball“ im Ersten oder „Die Kleine Anfrage“ auf WDR 5 sind längst etabliert: Zuschauerinnen, Zuschauer, Hörerinnen oder Hörer stellen Fragen, die wir beantworten.

Doch Partizipation des Publikums bedeutet gerade bei Wissensthemen mehr. Um Hörerinnen und Hörer, Zuschauerinnen und Zuschauer, Internet- wie Smartphoneuser und -userinnen beteiligen und einbinden zu können, müssen sich unsere Inhalte im Netz wiederfinden und jederzeit verfügbar sein. Wer online mit uns kommuniziert, nimmt aktiv am Programm teil, mischt sich in Bildungs- und Wissenschaftsthemen ein und hilft uns dabei, herauszufinden, welche Themen zur Zeit besonders interessieren und in der Diskussion sind.

Filme und Hintergrundinformationen werden darum im Rahmen unserer rechtlichen Möglichkeiten im Internet bereitgestellt. Soziale Medien helfen dabei, gezielt jüngeres Publikum anzusprechen. Die Sendungen „Planet Wissen“ und „Quarks & Co“ sind beispielsweise bei Facebook sehr aktiv. Hier geben jeweils mehrere Tausend Nutzerinnen und Nutzer ihre Meinung und Kommentare ab und kommunizieren dabei mit der Redaktion. Dennoch werden wir Anbieter wie Facebook kritisch begleiten und auch kritisch darüber berichten.

WDR-Inhalte mit Creative-Commons-Lizenzen nutzen

Im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten werden alle Filme und Hintergrundinfos ins Internet gestellt. Da die Inhalte der Wissenschaftsredaktionen nachhaltig und nicht immer tagesaktuell sind, ist es besonders wichtig, dass sie zeitunabhängig genutzt werden können. In diesem Bereich sehen wir in der Anwendung von Creative-Commons-Lizenzen große Chancen. Mit einer CC-Lizenzierung ist es möglich, dass unsere Angebote unter bestimmten Bedingungen außerhalb der WDR-Plattformen genutzt und geteilt werden können und so Wissensinteressierten, Lehrkräften sowie Schülerinnen und Schülern weiter zugänglich werden.

5.

Wirtschaft und Service

Die Wirtschaftswelt verändert sich rapide

Die Eilmeldung der Nachrichtenagentur kam an einem Septembermorgen um 7.07 Uhr: Die US-Bank Lehman Brothers ist pleite. Schon drei Wochen später stand das deutsche Finanzsystem vor dem Kollaps: Nur die „Spareinlagen-Garantie“ der Kanzlerin, vor Börsen- und Banköffnung in laufende Kameras gesprochen, verhinderte eine Panik der Sparer oder sogar Schlimmeres. Die Finanzkrise ist bis heute nicht vorbei. Ende März 2013 offenbarte der ARD-Deutschlandtrend, dass sich immer noch 48 Prozent der Deutschen Sorgen um ihre Ersparnisse machen.

Das Vertrauen in die Finanzwelt ist gesunken, das Bedürfnis nach unabhängiger Orientierung und Erklärung gestiegen. Wirtschafts- und Servicethemen haben – nicht nur aus diesem Grund – in unseren Sendungen einen hohen Stellenwert. Wir bieten sowohl Hintergrund und Erklärungen zu wirtschaftspolitischen Fragen als auch praktischen Nutzwert. Die Wirtschafts- und Verbraucherredaktionen verstehen sich als unabhängige Dienstleister des Publikums. Wir helfen, den Alltag besser zu verstehen und zu bewältigen. Unsere Teams sind auch als „Anwalt des Verbrauchers“ unterwegs, zum Beispiel in der „Servicezeit“ bei WDR 2 und im WDR FERNSEHEN oder bei „markt hilft“.

Wir zeigen Hintergründe

„Markt“ und „plusminus“ beleuchten in jeder Ausgabe mindestens ein wirtschaftspolitisches Thema. „plusminus“ recherchiert investigativ und deckt beispielsweise auf, warum manche Konzerne keine Steuern in Deutschland zahlen, wie Porsche trotz Millionengewinnen staatliche Subventionen bekommt und wie Ärzte mittels einer neuen Software besonders lukrative Patienten erkennen.

Die häufigen Lebensmittelskandale machen deutlich: Es geht nicht (nur) um „billiger leben“, sondern auch um „besser leben“. Wir interessieren uns auch für die Herstellungsprozesse von Produkten und fragen nach den sozialen und ökologischen Auswirkungen des Konsums. Es hat sich gezeigt, dass neue unterhaltende und informative Formate wie „Der Vorkoster“, „Haushaltscheck“ oder „Marken-Check“ ein breites, auch jüngeres, Publikum erreichen. Qualität und Quote schließen sich also nicht aus.

Fachredaktionen prägen Wirtschaftsberichterstattung

Die Fachredaktion Wirtschaft im Hörfunk – der größten in der ARD – ist ein zentraler Baustein für die Berichterstattung in allen WDR-Hörfunkprogrammen. Dies hat sich nicht zuletzt im Zusammenhang mit der Finanz- und Wirtschaftskrise erwiesen. So wurden beispielsweise allein in 2012 über 2000 Beiträge an die Programme geliefert – vor allem an WDR 5, WDR 2, 1LIVE, aber auch an Das Erste und WDR FERNSEHEN. Oft handelt es sich dabei um Kollegengespräche vor dem Mikrofon. Diese journalistische Form ist (so bewertet es eine Studie der TU Dortmund) besonders gut geeignet, für Orientierungswissen zu sorgen. Sie wird zunehmend auch von wdr.de genutzt.

Nah dran im Regionalen

Besonders nah am Publikum sind die regionalen Magazine, die „Aktuelle Stunde“ und die WDR-„Lokalzeit“. Vor allem Berichte aus der regionalen Arbeitswelt, Medizinthemen sowie Ombudsformate („Lokalzeit hilft“ und andere) werden vom Publikum geschätzt. Wirtschafts- und Servicethemen machen bis zu ein Drittel der Themen aus. Die Zuschauerbeteiligung wird auch hier zunehmend durch soziale Medien und Gästebücher erreicht.

Neue Ideen für junges Publikum

Kurz nach Beginn der Finanzkrise ließ der WDR junge Menschen zu Finanzthemen befragen. Es war die erste repräsentative und unabhängige Studie in Deutschland zu diesem Thema. Die Antworten dienten unter anderem als Orientierung bei der Entwicklung neuer medienübergreifender

Formate. 1LIVE, 1live.de, Einsfestival sowie die Wirtschaftsredaktionen Hörfunk und Fernsehen erarbeiteten zusammen mit Studierenden des Fachbereichs Journalistik der TU Dortmund neue Sendeformate für ein jüngeres Publikum. Die Sendung „*Fair pay – warum verdienst Du mehr als ich?*“ auf 1LIVE und Einsfestival war ein solches Angebot. Der WDR wird diesen Weg der Ideen- und Formatentwicklung auch in anderen Wellen beschreiten.

Zusammenarbeit zwischen den Medien

Crossmediale Zusammenarbeit gibt es beispielsweise bei der gemeinsamen „*Servicezeit*“ am Mittwoch im WDR FERNSEHEN und auf WDR 2. WDR 2 berichtet tagsüber kurz über ein Thema und verweist auf den dazugehörigen Fernsehbeitrag, der ab dem Nachmittag auf servicezeit.de zu sehen ist. Schon vor der Sendung sind Fragen per E-Mail und Anruf möglich. Dazu gibt es Informationen auf servicezeit.de und wdr2.de. Nach der „*Servicezeit*“ um 18.20 Uhr im WDR FERNSEHEN besteht wieder bei WDR 2 die Möglichkeit, Expertinnen und Experten zu befragen.

Diese Zusammenarbeit zwischen Radio und Fernsehen soll ausgeweitet werden. Dafür eignen sich etwa Produkt- und Dienstleistungstests, die besonders beliebt beim Publikum sind und uns die Möglichkeit geben, eigene Themen zu setzen.

Soziale Medien als Recherchequelle

Soziale Medien sind inzwischen mehr als eine Art moderne Zuschauerbeteiligung. Sie verändern die gesellschaftliche Kommunikation. Journalismus wird dialogischer und bezieht Äußerungen und Reaktionen der Menschen stärker ein. Ihre gesellschaftliche Wirkung erzielen Wirtschafts- und Verbraucherjournalismus künftig verstärkt auch im Dialog vor und nach der Ausstrahlung. Soziale Netzwerke werden deshalb als Informations- und Recherchequelle immer wichtiger und künftig noch stärker wahrgenommen, erfordern aber auch hohe journalistische Sorgfalt.

Unser Vorteil: Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit

Verbraucherthemen stoßen deshalb auf gute Resonanz beim Publikum, weil der öffentlich-rechtliche Rundfunk eine unabhängige Berichterstattung garantiert. Service- und Verbraucherinformationen des WDR genießen beim Publikum eine besonders hohe Glaubwürdigkeit. WDR-Redaktionen nennen Ross und Reiter. Wir können Unternehmen auch kritisch darstellen, da wir nicht von Werbung abhängig sind. Allein journalistische Kriterien und erfolgreiche Recherchen sind maßgebend dafür, welche Themen behandelt werden. Dieses Alleinstellungsmerkmal wollen wir noch besser gegenüber dem Publikum verdeutlichen.

Mit speziellen Regelungen sichern wir die Integrität der Journalistinnen und Journalisten. So schreibt eine Richtlinie für unabhängige Wirtschaftsberichterstattung vor, dass sie im Zusammenhang mit ihrer Arbeit keine Reise- oder Hoteleinladungen annehmen dürfen. Auch der Besitz von Wertpapieren ist reglementiert. Nebentätigkeiten sind genehmigungspflichtig und nur dann möglich, wenn sie einer unabhängigen Berichterstattung nicht im Wege stehen. Weitere Präzisierungen, zum Beispiel beim Thema Journalistenrabatte, sind geplant.

6.

Sport im WDR

Tor! Drei Buchstaben, ein Wort und das Markenzeichen der populärsten WDR-Sportangebote. Ob die vom WDR verantwortete „Bundesliga-Sportschau“, im Internet bei sportschau.de oder im Radio mit „WDR2 Liga Live“ und der in Köln produzierten, bundesweit ausgestrahlten „Bundesliga-Konferenz“. Der Fußball spielt als Nummer eins bei Zuschauerinnen und Zuschauern, Hörerinnen und Hörern sowie bei den Interessierten im Netz eine zentrale Rolle in der WDR-Sportberichterstattung.

Drei Säulen: Fußball, Spitzensport, Breitensport

Sport ist mehr als nur Fußball. Die Sportberichterstattung schließt die olympischen Sportarten genauso ein wie den Breitensport und regionale Sportveranstaltungen. Traditionssportarten wie Handball, Eishockey, Basketball, Tennis, aber auch Trendsportarten oder Themen aus dem Freizeit- und Breitensport sowie dem Behindertensport sind fester Bestandteil aller Sportregelungen. So gibt es in den Sportsendungen am Freitagabend und Sonntagnachmittag auf WDR 2 sowie in der „Sportschau“ am Sonntag häufig auch Beiträge beispielsweise zur Deutschen Eishockey Liga oder zur Volleyball-Bundesliga. Der Sport im „ARD-Morgenmagazin“ greift Themen aus Sicht von Freizeitsportlern auf. Bei sportschau.de gibt es feste Rubriken – zum Beispiel auch zu Behinderten- und Breitensport.

In den WDR-Sportredaktionen wird für alle Sportarten Expertenwissen vorgehalten. Respekt vor der Leistung jedes Einzelnen oder eines Teams sind selbstverständlicher Grundsatz der Sportberichterstattung.

Unabhängig, glaubwürdig und investigativ

Als öffentlich-rechtlicher Rundfunk berichtet der WDR auch dort, wo kein großes Publikum, kein massenattraktiver Inhalt und kein großer Werbeetat locken. Die Fernsehsendung „Sport Inside“ ist ein exzellentes Beispiel für einen unabhängigen und hintergründigen Umgang mit dem Sport: ob Wettmanipulation oder Dopingskandal, Hintergründe über Ungereimtheit bei der Vergabe einer Fußball-WM oder ein ausführliches Sportlerporträt. Der WDR steht auch weiterhin für diese journalistische und nachhaltige Art der Sportberichterstattung.

Die Arbeit der im WDR angesiedelten ARD-Dopingredaktion zeigt, dass Sport nicht nur dargestellt, sondern auch hinterfragt werden muss. Kompetent, seriös und kritisch gehen wir Phänomenen wie Manipulation, Gewalt und Rechtsradikalismus im Sport auf den Grund und ordnen sie journalistisch ein. Deshalb muss es Raum für investigative Recherche geben. Reporterinnen und Reporter sollen sich auch weiterhin vor Ort ein eigenes Bild machen können.

Erzählen und berühren

Der WDR beschränkt sich nicht darauf, Sportevents nur abzubilden. Fußballspiele, ein Boxkampf oder das Autorennen werden nicht nur linear nacherzählt oder zusammengefasst. Im Informationszeitalter, in dem Nachrichten immer schneller die Runde machen und Ergebnisse bekannt werden, wollen wir vor allem Geschichten aus der Welt des Sports in der Region erzählen, die die Menschen berühren. So setzen wir eigene Themen, die auch außerhalb der klassischen Sportberichterstattung attraktiv sind. Informieren und Einordnen bleiben die Kernkompetenzen des WDR. Bei der Themenauswahl wird darauf geachtet, aktuell, vielfältig und ausgewogen zu berichten. Die Sportberichterstattung darf dabei gerne unterhaltsam sein.

Menschen erreichen

Die WDR-Sportberichterstattung hat auch den Anspruch, möglichst viele Menschen zu erreichen. Die Publikumsakzeptanz ist bei der Auswahl sportlicher Ereignissen für das Programm eine wichtige, aber nicht die einzige Entscheidungsgröße. Der WDR ist mit seinen Inhalten auf allen Ausspielwegen und Kanälen präsent. Durch die Aktivitäten in sozialen Medien werden zum Beispiel auch Menschen mit der WDR-Sportberichterstattung erreicht, die das klassische Programm nicht mehr einschalten. Erfolg erzielt eine Sendung auch, wenn Gesprächswert erzeugt wird, öffentliche Diskussionen angestoßen oder Missstände (z.B. Doping, Manipulation) aufgedeckt werden.

Der regionale Bezug und die Nähe zu den Menschen sind uns dabei sehr wichtig. Personen und Ereignisse „vor der Haustür“ interessieren besonders und werden in Sendungen wie der „Lokalzeit“, bei WDR 2 oder im Internet bei wdr.de berücksichtigt. Zudem bildet der WDR-Videotext den Regionalsport nachrichtlich ab und liefert Ergebnisse und Tabellen bis in die untersten Spielklassen.

Kommunikation gestalten

Der WDR hat sich bereits der veränderten Mediennutzung in der Sportberichterstattung erfolgreich gestellt. Das junge Publikum wird gezielt angesprochen und erreicht. Formate wie der „Sportschau Club“ oder *Social TV* und *Social Radio* integrierten soziale Netzwerke oder verbinden eine Live-Berichterstattung in Fernsehen oder Radio mit einer Diskussionsplattform bei sportschau.de. Ausgewählte Beiträge aus dem Publikum werden dabei in den Reportagen oder der Moderation aufgegriffen und integriert. Ein neues Format wie die „Sportnetzschau“ bei sportschau.de blickt auf die Sportwelt im Internet. Ein gutes Beispiel für Interaktivität und Bimedialität ist „Zeiglers wunderbare Welt des Fußballs“. Redaktionell greift Zeigler gerne auf YouTube-Videos und Themen zurück, die im Netz populär oder diskussionswürdig sind. Außerdem wird der direkte Austausch mit den Zuschauerinnen und Zuschauern durch Mails, Twitter und Anrufe gesucht. Zeigler führt Skype-Interviews mit Spielerinnen und Spielern sowie Trainerinnen und Trainern, postet in Facebook oder Twitter Behind-the-Scene-Videos und die Redaktion stellt sich der Diskussion. Dieser Weg wird konsequent weiter beschritten.

Medienübergreifende Vernetzung

Die Zusammenarbeit von Fernsehen, Hörfunk und Internet im Sportbereich ist längst selbstverständlich. Die medienübergreifende Vernetzung aller Redaktionen wird weiter vorangetrieben, um Ressourcen noch besser zu nutzen und in allen Medien von Rechercheergebnissen zu profitieren. Dabei gilt es, verstärkt auf die Highlights im Programm oder die Regelberichterstattung auch in den jeweils anderen Medien aufmerksam zu machen. Die Sportberichterstattung will innerhalb des eng gesteckten rechtlichen Rahmens auf allen Verbreitungswegen und plattformunabhängig vertreten sein.

Sport verbindet

Sport und Sportberichterstattung verbinden die Generationen. Es ist eines der ganz wenigen Genres, mit dem gleichermaßen Junge wie Alte erreicht werden können. Es ist daher eine große Herausforderung, durch Themenauswahl und Umsetzung ein möglichst breites Altersspektrum

zu bedienen und verstärkt auch das weibliche Publikum zu erreichen. Darüber hinaus setzen wir auch altersspezifische Formate ein. Wir wollen das Interesse junger Menschen am Sport wecken. In der Hörfunkwelle 1LIVE etwa schauen wir mit dem „1LIVE Elfer“, einer interaktiven Sendung mit Lifestylezugang zum Bundesligafußball, aus der Perspektive junger Menschen auf das Sportgeschehen.

7.

Unterhaltung

Sie stehen an der Ampel und schauen ins Nachbarauto. Die Person am Steuer lacht Tränen, so sehr, dass sie bei Grün fast vergisst, loszufahren. Gut möglich, dass eine der vielen Comedys aus einem Radioprogramm des WDR verantwortlich für diesen Lachanfall war.

Comedy, Satire und Kabarett sind in allen Hörfunkprogrammen des WDR zu Hause: sei es mit einer der beliebten Comedyserien, wie den „Von der Leyens“ auf WDR 2, den „1LIVE-O-Ton-Charts“ oder „Dem Satirischen Wochenrückblick“ auf WDR 5. Die bekanntesten und beliebtesten Kabarettistinnen und Kabarettisten Deutschlands sind regelmäßig in den Programmen des WDR zu sehen und hören.

Eine Ausnahmestellung in der Medienlandschaft nimmt der WDR im Bereich des politischen Kabarets ein. Allein für die Unterhaltungssendungen im Fernsehen und im Radio, insbesondere für „Unterhaltung am Wochenende“ und „Streng Öffentlich“ auf WDR 5, werden alljährlich mehr als einhundert Kabarettveranstaltungen landesweit aufgezeichnet. Davon profitieren auch andere Landesrundfunkanstalten, die inzwischen nicht mehr über Unterhaltungsredaktionen verfügen.

Neue Formate

Einen gänzlich neuen Trend bedient mit großem Erfolg die Sendung „Kluge Nacht“ auf WDR 5. Hier treten wissenschaftliche Nachwuchskräfte im Rahmen eines sogenannten *Science Slams* gegeneinander an. Nicht nur das Publikum vor Ort entscheidet über den Siegesbeitrag, auch per Internet können sich die Hörerinnen und Hörer an dem Wettstreit beteiligen.

Der Abruf von Sendungen im Internet spielt im Unterhaltungsbereich eine immer größere Rolle, denn gerade Comedy und Kabarett werden online besonders stark nachgefragt. Dazu zählen unter anderem das „Kabarett zum Mitnehmen“ bei WDR 2, Podcasts kompletter Sendungen oder auch Einzelfolgen von Erfolgsserien wie „Noob und Nerd“ auf 1LIVE. Letztere wurde auch als Animationsserie umgesetzt und in Einsfestival ausgestrahlt.

Mit der Familiencomedy „Die LottoKönige“, genretypisch auf Gags, Pointen und Lacher angelegt, geht das WDR FERNSEHEN noch einen Schritt weiter auf jüngere Zuschauer zu. Gerade attraktive Sitcoms und Serien bringen frischen Wind ins Programm und stärken so auch zukünftig die Position der öffentlich-rechtlichen Sender.

Eine ganze Reihe von Radioformaten werden in den Redaktionen zu Bühnenformaten weiterentwickelt und begeistern jedes Jahr viele Tausende Besucherinnen und Besucher im gesamten Sendegebiet. Die „1LIVE-Hörsaal-Comedy“ füllt jedes Jahr mit Comedy-Newcomern Hörsäle an verschiedenen Universitäten. Die Show „WDR 2 Lachen-Live“ haben bereits Zehntausende ge-

sehen. Der WDR zeigt sich hier als kompetenter Förderer innovativer Formen der Unterhaltung und ist ein wichtiger Kulturpartner im Land.

Vielfältige Fernsehunterhaltung

Nicht nur im WDR FERNSEHEN, auch für Das Erste steuern wir zahlreiche Formate bei. Sendungen wie „*Frag doch mal die Maus*“ und „*Hirschhausens Quiz des Menschen*“ mit Moderator Eckart von Hirschhausen sind Ideen des WDR, die sich seit Jahren erfolgreich in der Primetime des Ersten behaupten. Mit der Verbindung von Wissen und Unterhaltungselementen hat sich der WDR ein Alleinstellungsmerkmal geschaffen und punktet auch beim jüngeren Publikum weit über Senderdurchschnitt. Mit dem bei Publikum und Kritikern gleichermaßen erfolgreichen „*Frühstücksfernsehen*“ sorgte der WDR im Comedybereich für Aufsehen.

Fernsehunterhaltung beim WDR reicht vom scharfzüngigen Kabarett in den „*Mitternachtsspitzen*“, über die preisgekrönte Improcomedy von „*Dittsche*“ bis hin zur Promispielshow „*Zimmer frei*“, die auch nach 15 Jahren immer noch voller Überraschungen steckt.

Sendungen wie „*Die Hitlisten des Westens*“ oder „*Das NRW-Duell*“ erzielen herausragende Quoten. Sie bestätigen die Redakteurinnen und Redakteure darin, für neue Fernsehtrends eine eigene, öffentlich-rechtliche Umsetzung zu entwickeln und den großen Archivschatz des WDR populär aufzubereiten.

Mit der Berichterstattung im Karneval leistet der WDR einen Beitrag zur regionalen Identifikation der Menschen. In den nächsten Jahren gilt es allerdings auch, die jüngeren Karnevalsentwicklungen, wie den immer mehr an Bedeutung gewinnenden Kneipenkarneval oder neue Bands und Rednertalente aus dem gesamten Land, in Ergänzung zum klassischen Karneval zu sendefähigen Formen für Radio und Fernsehen auszubauen.

Herausforderungen im Internet und beim jungen Publikum

Besondere Herausforderungen warten auf den WDR in Zukunft weiterhin bei der Entwicklung von Formaten, die das junge Publikum ansprechen. Dabei berücksichtigen wir selbstverständlich, dass alle Programme und Sendungen immer der Bewahrung der Menschenwürde verpflichtet bleiben, ohne Mobbing, Ekel und Prangerformate.

Gleichfalls bedarf es überzeugender Onlinestrategien, um die Inhalte aus Hörfunk und Fernsehen auf den eigenen Plattformen und darüber hinaus zu präsentieren. Die Beitragszahlerinnen und Beitragszahler haben einen Anspruch auf Ausbau und Innovation der Unterhaltungsangebote im Internet.

Eine wichtige Aufgabe wird es künftig sein, junge Nachwuchskräfte im Unterhaltungsbereich aufzubauen und neue Programmmarken ohne Quotendruck zu entwickeln.

Unterhaltung ist Teil des öffentlich-rechtlichen Auftrages. Der WDR unterhält – über die Grenzen von Generationen und Kulturen hinweg. Er erzählt unterhaltsame, herzenswarme und authentische Geschichten verschiedenster Menschen aus den Regionen unseres Landes.

Der WDR verbindet da, wo Unterhaltung Entertainment sein soll. Er polarisiert aber auch dort, wo Unterhaltung als Satire auftritt. Die Unterhaltung lädt das Publikum gleichermaßen zur Entspannung wie auch zur spannenden Diskussion ein.

8.

Fiktion

Fiktion schafft eigene Welten.

Sei es als Komödie, Krimi oder Drama – sie nähert sich dem Leben und der Realität mit allen Freiheiten der Erfindung und allen Mitteln des Erzählens. Sie muss nicht wahr sein, aber wahrscheinlich. Jenseits der Grenzen und Regeln journalistischer Darstellung kann sie Alternativen anbieten, verdichten oder erweitern. Fiktion rüttelt auf, sie appelliert, provoziert, behauptet und beharrt. Sie spürt Themen und Strömungen auf, sie sucht immer neue Stilmittel, sie kann leicht sein oder schwer – im Radio wie im Fernsehen oder im Internet; in einer Serie, im Hörspiel, im Film und in neuen Formaten.

Gerade weil sich die Medien ständig verändern, eröffnen sich immer wieder neue Formen des Erzählens. Auch deshalb konsumieren junge Menschen heute so gerne Fiktion, ob als Serie, Film, Podcast oder Computerspiel.

Erzählen im Fernsehen - Filme, Reihen, Serien

Der WDR bietet mit seinen Fernsehfilmen und Serien hochwertige und anspruchsvolle Fernsehkultur. Mal nah an der Wirklichkeit, mal losgelöst von realen Ereignissen, mal stärker einem Genre verpflichtet, mal in offener erzählerischer Perspektive spiegelt sich hier die gesamte Bandbreite fiktionaler Möglichkeiten in Krimi, Drama und Komödie wider. Die Geschichten können in der Region verortet sein, sind aber zugleich immer universell.

Unverwechselbare WDR-Marken sind der „*Tatort*“ aus Köln, Münster und Dortmund. Aber auch bei den Fernsehfilmen am Mittwoch setzt der WDR Akzente mit Filmen wie „*Der letzte schöne Tag*“, „*Riskante Patienten*“ oder „*Mord in Eberswalde*“. Seit über 25 Jahren orientiert sich die „*Lindenstraße*“ an gesellschaftlicher Wirklichkeit und versteht sich als konstanter Begleiter unserer Gegenwartsfragen – im deutschen Fernsehen eine einmalige Leistung.

Mit der Erfolgsserie „*Mord mit Aussicht*“ löste der WDR einen Trend zur leichten Krimiunterhaltung aus: weniger spannender Ermittlerkrimi als vielmehr ein komödiantischer Blick auf zwischenmenschliches Miteinander in der Provinz. Wie beim Münster-„*Tatort*“ spricht dieses Konzept gerade jüngere Zielgruppen an.

Mit Kino-Koproduktionen unterstützt der WDR die Kunstform Film und fungiert als Kulturförderer. Künstlerische Ausdrucksmittel und die Freiheit der künstlerischen Gestaltung stehen im Mittelpunkt eines filmpoetischen Blicks auf die Welt. Mit seinen Debütfilmen fördert der WDR junge Regisseurinnen und Regisseure und gibt ihnen die Freiheit für experimentelle Ansätze mit neuartigen, ungewöhnlichen ästhetischen Strukturen und Erzählweisen.

Fiktion im Radio: Hörspiele

Das WDR-Hörspiel versteht sich als eigenständige, risikobereite Kunstgattung im Massenmedium – ob es im jungen Popradio 1LIVE gesendet wird, im Wissens- und Informationsradio WDR 5 oder auf der Kulturwelle WDR 3: Hörspiel frei von Formatregeln, vom Sog der Mitte aber auch von der Isolation eines Elfenbeinturms.

Hier kann beispielsweise Jonathan Meese die Diktatur der Kunst durchsetzen. Hier kann Christian Ulmen den Irrwitz des Lebens in Worte fassen. Hier kann der Kulturbetrieb als „*Inszenierte Sprengung*“ (WDR-Produktion 2012) in die Luft gejagt werden.

Im Mittelpunkt der WDR-Hörspielproduktion steht das Originalhörspiel, das Inhalte und Stilmittel unverwechselbar für das akustische Medium entwickelt – mit acht verschiedenen Sendungsprofilen auf elf Programmplätzen. Das reicht von literarischen Produktionen über Unterhaltungs- und Spannungsstoffe bis zur akustischen Kunst.

Nähe zu den Hörerinnen und Hörern und insbesondere zum jungen Publikum ist ein wichtiges Anliegen: Der WDR bietet als einziger europäischer Sender fest etablierte Sendeplätze für Hörspiele in der jungen Welle 1LIVE. In einer Kooperation von 1LIVE mit dem Kulturradio WDR 3 werden Hörspiele produziert, die ohne das Schubladendenken von U- und E-Kultur provokant und unterhaltsam Popularität und Kunstanspruch verbinden.

Formal und ästhetisch innovativ stehen die Hörspiele des WDR in reger Wechselwirkung mit anderen Künsten und Medien. Neben der Radiosendung werden Produktionen als „begehbare Hörspiele“ im Kunstmuseum, im Theaterkontext und als Events im öffentlichen Stadtraum präsentiert oder es wird an der Schnittstelle von Radio und Smartphone ein Hybrid von Hörspiel und Onlinegame entwickelt.

Aktuelle politische und gesellschaftliche Fragen greift das WDR-Hörspiel in Programmschwerpunkten auf: Die Hörspielreihe „*Macht kaputt*“ etwa misst die Chancen und Grenzen individuellen Engagements aus. Unter dem Slogan „*Alle Räder stehen still*“ hingegen hinterfragen die versammelten Hörspiele die herrschende Systemträgheit und die Sehnsucht nach dem starken Arm. Radiokunst in all ihren Spielarten wird so zum Echoraum gesellschaftlicher Wirklichkeit. Daneben werden aber weiterhin erfolgreiche Formate wie der wöchentliche „*Krimi am Samstag*“ auf WDR 5 gepflegt und weiterentwickelt.

Neue Wege: Medienübergreifend erzählen

Onlineplattformen wie der WDR Hörspielspeicher, die Mediatheken von ARD und WDR FERNSEHEN oder auch Smartphone-Apps ermöglichen jederzeit und überall Rezeption und Download der erzählerischen Produktionen. Sie bieten außerdem die Möglichkeit zu medienübergreifenden Programmschwerpunkten mit separaten Anwendungen und begleitendem Bonusmaterial.

Die neuen Synergien zwischen den Medien haben aber auch ästhetisches Potenzial. Erzählebenen einer Geschichte können in den verschiedenen Kanälen Online, Hörfunk, Fernsehen entsprechend aufbereitet werden und sich synergetisch ergänzen. Hier werden Grenzen nicht aufgehoben, aber produktiv überbrückt – die zwischen den Medien, aber auch die zwischen Genres oder zwischen Dokumentation und Fiktion, so zum Beispiel in dem multimedialen Projekt „*Ein Tag Leben in NRW*“: Auf der WDR-Website dieses Projekts konnten die User Filmclips hochladen, in denen sie ihr Leben am 30. April 2012 festhielten. Aus dem Material entstand eine Doku-

mentation für das WDR-Fernsehen und das Hörspiel „*Radio Recall*“, das sich auf die Suche nach den Lebensgeschichten hinter den Bildern machte. Auf diese Weise sind medienübergreifende Formen sinnvoll und erfolgreich, wenn sie helfen, einen Stoff weiter aufzufächern oder einer Geschichte neue Perspektiven hinzuzufügen, ohne die Besonderheiten der einzelnen Medien zu vernachlässigen.

Ausblick

Die Herausforderungen der Zukunft anzunehmen heißt vor allem: Den Willen haben, Bestehendes zu überprüfen und Neues zuzulassen und diesem den Raum und die Zeit zu geben, sich zu entwickeln und zu etablieren. Eine junge, spannende Serie zum Beispiel braucht nicht nur einen angemessenen Sendeplatz, sondern auch den langen Atem, sodass dieses Angebot von den Zuschauerinnen und Zuschauern gefunden und erlernt werden kann. Neue Formen und Experimente brauchen finanzielle und personelle Unterstützung, aber vor allem: Mut zum Risiko – und das heißt auch: zum Scheitern. Fehlertoleranz ist wichtig, damit Neues entstehen kann. Nur so kann man neues und neugieriges Publikum gewinnen.

9.

Angebote für Jüngere

Kinderprogramm

Kinder möchten fernsehen, Radio hören und im Internet surfen wie die Erwachsenen auch. Sie möchten die Welt verstehen und sie erklärt bekommen. Sie möchten unterhalten werden, Geschichten hören und mehr wissen. Diese Wünsche zu erfüllen – durch kindgerechte Programme, exklusive Ereignisse und nah an ihrem Erleben – ist unser Ziel: in allen Genres und auf allen Plattformen und natürlich gewalt- und werbefrei.

Die Vielfalt der Nutzungsmöglichkeiten medialer Inhalte macht vor den Kinderzimmern nicht halt. Die Individualisierung der Nutzung erfordert einen genaueren Blick auf die Zielgruppe und die Konzentration auf die Kernfragen: Für wen, wann, was, wie?

Wir machen Vollprogramm

Unser Programm möchte anregen, die Welt zu entdecken und für sich erobern zu wollen. Es ist ein verlässlicher Anker, der Heimat und Orientierung bietet und trotzdem Neues erzählt.

Alle unsere Sendungen greifen die bundesdeutsche Lebenswirklichkeit von Kindern auf. Sie erlauben ihnen, sich mit ihrem Alltag auseinanderzusetzen, und bieten Antworten auf ihre vielen Fragen. Die ganz Kleinen wachsen mit der „*Sendung mit dem Elefanten*“ und der „*Bärenbude*“ in die Programme hinein. Sie werden ermuntert, Bilder- und Tonwelten zu entdecken und Fantasie zu entwickeln. Ihre Eltern erhalten dabei vielfältige Hinweise zur Unterstützung durch Tipps und Materialien (z.B. Elternticker, Elternseiten im Internet).

Die Größeren haben viel ausgeprägter als die jüngeren Kinder unterschiedliche Interessen und Wünsche. Je nach Geschlecht und Alter müssen sie spezifisch angesprochen werden und werden das auch. Unser Kinderprogramm leistet das durch Sendungen, die von Welterklärung bis zu Unterhaltung reichen. „*neuneinhalb*“ versorgt mit gesellschaftspolitischen Informationen, „*Du*

bist kein Werwolf“ und *„Herzfunk“* helfen beim Erwachsenwerden, *KiRaKa-Reportagen* begleiten Kinder in ihrem Alltag und *„Wissen macht Ah!“* ist schräge Wissensvermittlung. Helden und allen bekannte Figuren stärken die Identifikation mit dem Programmunternehmen WDR.

Wir kümmern uns um alle in der Gesellschaft

Deutschland ist ein Land kultureller Vielfalt. Viele Kinder unterschiedlichster Herkunft und Hautfarbe wachsen in Deutschland auf. Sie haben ein Recht darauf, in ihren Lebenszusammenhängen gesehen und abgebildet zu werden. Wir im WDR widmen uns gern unserem Auftrag, „den Belangen der Menschen mit Migrationshintergrund Rechnung zu tragen“ (vgl. WDR-Gesetz, § 4). Das deutsch-türkische Radiomagazin *„Kelebek“* erzählt vom Zusammenleben, *„Die Sendung mit dem Elefanten“* unterstützt beim Erlernen von Sprache. Diese Sendungen sind Identifikationsangebote und binden unser junges Publikum.

Das Bemühen des WDR um barrierefreie Angebote zeigt sich in unseren Kinderprogrammen auch deutlich in der Präsenz von Menschen mit Behinderung. Ein selbstverständlicher Umgang mit Unterschiedlichkeit soll Kindern auf diese Weise nahegebracht werden.

Wir bieten Familienprogramm

Der Familie als kleinster sozialer Einheit unserer Gesellschaft kommt im Kinderprogramm eine besondere Bedeutung zu. Hier bieten wir mit der *„Sendung mit der Maus“* ein Symbol für das gemeinsame Fernseherlebnis der ganzen Familie. Generationenübergreifend und sie verbindend beantwortet sie jeden Sonntagmorgen die Fragen aus dem Publikum und vergnügt mit *„Shaun das Schaf“*. Eventprogramme auf besonderen Sendepätzen wie die Weihnachtsmärchen der Reihe *„Sechs auf einen Streich“* beweisen, dass das Lagerfeuerfernsehen für Familien weiterhin erfolgreich sein kann.

Auch im Radio spielt der Familienkontext eine wichtige Rolle. Kinder hören Radio, wenn ihre Eltern Radio hören. Mit dem KiRaKa bekommen sie zusätzlich ihr eigenes Programm, ihre exklusive Hörinsel.

Wir lassen teilnehmen

Kinder sind am Puls der Zeit. Neue Kommunikationsformen und -mittel werden von ihnen rasend schnell adaptiert. Unsere Angebote greifen ihre Rezeptionsgewohnheiten auf und unsere medialen Inhalte werden vernetzt präsentiert. Interaktive Spiele, Gästebücher, Blogs und Chats bieten direkten Kontakt zu den Programmacherinnen und Programmachern. Die Verbindung zwischen Fernsehen, Radio und Internet der WDR-Kinderprogramme beschränkt sich nicht auf die Duplizierung der Inhalte von einer Plattform auf die andere. Vielmehr nutzt jedes Medium seine eigene Sprache.

Besondere Bedeutung hat eine vierte Plattform der Kinderangebote des WDR: off-air für Kinder. Konzertreihen wie die KiRaKa-Familienkonzerte, die *„Konzerte mit dem Elefanten“* oder *„Das Blech kommt“* tragen das Engagement des WDR für Kinder nach draußen, fördern ihr Musikverständnis. KiRaKa macht Schule, der *„Bärenbude Klassenzauber“* oder der *„Türöffnertag der Maus“* ermöglichen, dass Kinder mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Berührung kommen

und ihren Sender vor Ort erleben können. Diese Live-Events unterstreichen unsere Publikumsnähe.

Wir leiten durch die Welt der Medien

Mobil, zeitunabhängig und vernetzt greifen Kinder auf Inhalte zu. Der Aufbau von Medienkompetenz ist besonders wichtig, denn nur die Kinder, die gelernt haben, was sie im Netz tun oder lassen sollten, können sich in der Medienwelt zurechtfinden. Für Eltern, Kindergärten und Schulen erarbeiten Redaktion und Marketing gemeinsam Materialien zum Aufbau von Medienkompetenz und veranstalten medienpädagogische Tage. Der WDR wird sein Kinderstudio und das neue Jugendstudio verstärkt nutzen, um Radio und Fernsehen für Kinder und Jugendliche noch unmittelbarer erfahrbar zu machen.

Wir setzen starke Marken

Das öffentlich-rechtliche Kinderprogramm des WDR verfügt über starke Programmmarken. Deren Strahlkraft reicht weit über den einzelnen Sendepunkt hinaus und festigt so das Image des WDR. Sie zu pflegen, weiterzuentwickeln und ihnen immer wieder neue Marken zur Seite zu stellen, ist die zentrale Aufgabe, um die Publikumsbindung auch künftig zu gewährleisten.

Wohin wir mit unserem Kinderprogramm wollen

Wir wollen bei den Themen Integration und Inklusion Vorreiter sein – wir wollen nicht nur berichten, sondern auch diese Kinder gezielt fördern. Wir wollen erreichen, dass diese Begriffe nicht mehr notwendig sind, um unsere zukünftige Gesellschaft zu charakterisieren.

Wir wollen zukünftig noch direkter und unmittelbarer auf die sich schnell verändernde Medienwelt reagieren können. Die dauerhafte Nutzung von Sendungen, Filmen und Beiträgen, sei es im Radio oder Fernsehen, zum Beispiel in der Mediathek, muss selbstverständlich sein. Gerade das Nutzungsverhalten der Kinder richtet sich nicht nach vorgegebenen Sendezeiten. Die Ausspielung auf mobile Endgeräte muss vor allem zeitnah möglich sein (Video-on-Demand, Apps, etc.)!

Kinder sind das Fundament unserer Gesellschaft. Kinderprogramm muss denselben Stellenwert wie Erwachsenenprogramm bekommen. Wir wollen den Kindern bieten, was sie verdienen.

Neue Wege zum jüngeren Publikum

Mit seinem „Tatort“, der „Sportschau“, der „Lokalzeit“, in Einsfestival und mit Deutschlands erfolgreichstem Radioprogramm für junge Menschen, 1LIVE, zeigt der WDR täglich, dass es ihm gelingt, junges Publikum erfolgreich zu erreichen.

Trotzdem muss der WDR neue Wege gehen und neue Formate entwickeln, um das jüngere Publikum über die bisherigen Erfolge hinaus gezielt anzusprechen. An Ideen und Potenzialen mangelt es nicht.

Es steht außer Frage, dass sich das WDR FERNSEHEN seine Relevanz bei Jüngeren zurückerobern muss. Dazu reicht es allerdings nicht, sich allein auf Zielgruppenangebote oder Kooperationen mit dem Hörfunk zu stützen. Deshalb unterstützt der WDR die Entwicklung eines jungen

Angebots innerhalb der ARD Mediathek, um die Angebote für das jüngere Publikum von ARD und ZDF zu stärken.

Der Hörfunk: mehr Interaktion und Onlineaktivität

1LIVE ist mit 3,7 Millionen Hörerinnen und Hörern täglich das erfolgreichste Radioprogramm für junge Menschen in Deutschland. Die Mischung aus Unterhaltung und Information gelingt jeden Tag neu. Durch rund 100 jährliche Events ist 1LIVE besonders stark in seinem Sendegebiet verankert.

Mit 1LIVE diggi etabliert sich zusätzlich ein digitales Radioprogramm bei einem jüngeren Publikum unterhalb der 1LIVE-Zielgruppe.

Highlights setzt der WDR auch im Bereich der Klassik. Im Frühjahr 2013 hat das WDR Rundfunkorchester Dubstep mit klassischer Musik gemixt und im ausverkauften Kölner Gloria aufgeführt. Eine „Flashmob“-Aktion des Orchesters hat es außerdem geschafft, bei YouTube über eine Million Klicks zu generieren.

Mit den Hörspielangeboten geht der WDR neue Wege, um das Publikum auch außerhalb der Hörfunkprogramme zu erreichen. Mit der WDR Hörspiel-App für Smartphones können Interessierte auch unterwegs und zeitunabhängig die hochwertigen Produktionen des WDR genießen. Seit 2013 stehen Hörspiele ein ganzes Jahr als On-Demand-Angebot zur Verfügung. Zusätzlich wird es im kommenden Jahr erstmals ein gemeinsames Hörspiel der jungen ARD-Wellen geben.

Weiterhin wird sich der WDR an gemeinsamen politischen Sondersendungen der jungen Hörfunkprogramme in der ARD beteiligen. So gibt es auch zur nächsten Bundestagswahl den „Kanzlercheck“ mit den Spitzenkandidaten der Parteien.

Das Fernsehen - stark in der Information

„Lokalzeit“, „Aktuelle Stunde“ und die „Marken-Checks“ sind Beispiele erfolgreicher Sendungen im WDR FERNSEHEN, die auch von einem jüngeren Publikum sehr gut angenommen werden. Das vom WDR verantwortete Programm Einsfestival ist seit 2005 das jüngste ARD-Fernsehprogramm nach dem KI.KA. Erfolgreiche aktuelle Eigenproduktionen sind die Reportagereihe „Nadia auf den Spuren der Liebe“, die Musikvideosendung „Clipster“ oder die Stand-up-Comedy „NightWash“. An verschiedenen Stellen werden im WDR Fernsehinhalt mit Blick auf jüngere Zielgruppen konzipiert und ausprobiert. Beispielsweise entsteht das „Coaching“-Format „Raus aus dem Stress“, in dem sechs stressgeplagte Menschen aus Nordrhein-Westfalen wieder zur Ruhe finden sollen. Zusätzlich entwickelt eine gemischte Arbeitsgruppe aus Fernseh-, Hörfunk- und Onlineredaktionen neue Fernsehformate.

Die digitale Welt - ein unverzichtbarer Platz in der Zukunft

Gerade für die jungen Zielgruppen wird die digitale Welt das neue Zuhause und erste Anlaufstelle auf der Suche nach Informationen und für die Konsumierung von Medieninhalten sein. Deshalb will der WDR in Zukunft vermehrt medienübergreifende Projekte in Zusammenarbeit von Hörfunk, Fernsehen und Internet umsetzen, wie es beispielsweise mit „Ein Tag Leben in NRW“ schon gelungen ist.

Es wird einen WDR-eigenen YouTube-Channel geben, die mobile Ausspielung der WDR-Seiten für Smartphones und Tablet-Computer wird sich verbessern. Darüber hinaus sollen Second-Screen- und App-Angebote getestet und ausgewählte Sendungsinhalte mit „jungem Potenzial“ multimedial aufbereitet und begleitet werden.

Social Radio und *Social TV* bieten für alle diejenigen, die uns über das Internet und über die klassischen Kanäle empfangen, die Möglichkeit, sich an der Sendung mit Kommentaren und Votings zu beteiligen. Diese Zusatzangebote wurden zum Beispiel bei der Berichterstattung zur US-Wahl 2012 und der „*Sportschau*“ erfolgreich eingesetzt und werden auch in Zukunft bei besonderen Ereignissen und Sportveranstaltungen eingebunden.

Verschiedene Sendungen haben eigene Facebook- und Twitter-Präsenzen. Über Soziale Medien halten Redakteurinnen und Redakteure Kontakt zum jüngeren Publikum und kommunizieren mit dem Publikum. Wir sind offen für Programmanregungen und Kritik auch auf diesen Kanälen.

Drittplattformen wie Spotify, Soundcloud und YouTube sind ein moderner, selbstverständlicher Verbreitungsweg, über den der WDR besonders das junge Publikum erreicht und seine Inhalte künftig vermehrt anbietet.

MBI. NRW. 2014 S. 10.