

„Der öffentlich-rechtliche Rundfunk“

Im vergangenen Jahr wurde Florian Hager zum Intendanten des Hessischen Rundfunks gewählt. Als erster Vertreter der Sendeanstalt trägt er die Verantwortung für die Mitarbeitenden und den Betrieb sowie für die Einhaltung des gesetzlichen Programmauftrags – und das in Zeiten, in denen sich die Medienwelt rapide verändert. Was folgert daraus für die Landesanstalt und die ARD als Ganzes? Um das und mehr zu besprechen, traf bdvb-Präsident Willi Rugen den 47-Jährigen in Frankfurt am Main.

Willi Rugen: Herr Hager, die Medienlandschaft steht vor großen Veränderungen. Sie gehören zu den Gestaltern im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Wie beurteilen Sie die Rolle dieser Institution? Müssen sich die öffentlich-rechtlichen Medien neu erfinden?

Florian Hager: Ja, durchaus. Wir sind noch sehr stark in einer linearen, klassischen Welt verhaftet. Sie basiert auf dem Paradigma, dass sich der Konsum medialer Inhalte nach einem fixen Zeitschema richtet. Vereinfacht gesagt: Früher war es selbstverständlich, dass man abends um 20 Uhr die Tagesschau ansieht. Letztlich hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk den Tagesrhythmus der Menschen in gewissem Maße mitgestaltet. Das ist heute nicht mehr so, die Art der Mediennutzung hat sich verändert. Hinzu kommt ein weiterer Punkt: Unser Auftrag ist, mit unserem Angebot möglichst viele Menschen zu erreichen. Die Gesellschaft wird aber vielfältiger und gleiches gilt für die Kanäle, auf denen man sich informiert. Im Grunde gibt es die Welt, für die der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinerzeit konzipiert wurde, schon gar nicht mehr.

Willi Rugen: Schauen wir an dieser Stelle ruhig kurz zurück. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat eine lange Historie, die ihn – insbesondere strukturell – bis heute prägt und, wie manche meinen, reformunfähig macht ...

Florian Hager: Das stimmt, wir sind aus guten Gründen, was wir sind. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk wurde nach dem zweiten Weltkrieg, in einer Zeit von Informationsknappheit und Frequenzmangel, von den Alliierten so strukturiert, dass er von starken Landesanstalten getragen wird. Auf die Weise wurde sichergestellt, dass es keine Zentrale gibt, keine „eine Person“, die das Rundfunkangebot kontrollieren und alles steuern kann. Heute aber stellt sich die Situation ganz anders dar. Weder gibt es eine Informationsknappheit noch eine Frequenzknappheit. Die bereits erwähnte Rhythmisierung durch den linearen Tagesablauf ist ebenfalls obsolet, die Tagesabläufe sind individuell sehr unterschiedlich.

Willi Rugen: Ein Grundgedanke hinter der Gründung der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten war außerdem, dass Information etwas Subsidiäres ist. Dass es notwendig ist, hier ein

Grundbedürfnis der Bevölkerung zu decken. Ein Bedürfnis, das sich mit einem rein kommerziellen Angebot nicht oder nicht richtig befriedigen lässt. Hat sich daran etwas geändert? Und falls ja, welche Folgen hat das für die Existenzberechtigung eines abgabefinanzierten Rundfunks – die Gebühren werden ja von einigen Menschen heftig kritisiert ...

Florian Hager: Tatsächlich ist es nicht nur die Vielfalt des Angebotes, die zu dieser Entwicklung beigetragen hat, sondern ebenso die Tatsache, dass mediale Inhalte zu einer „Gratisnummer“ geworden sind, die sich über Werbung oder das Sammeln von Nutzerdaten refinanziert. Das Modell des öffentlich-rechtlichen Rundfunks geht von einem diametral entgegengesetzten Gedanken aus, der lautet: Selbst, wenn man ihn nicht nutzt, bezahlt man gerne dafür, weil man weiß, wie wichtig er für unser Gemeinwesen ist. Das wirkt auf den ersten Blick ein wenig wie aus der Zeit gefallen. Ich meine allerdings, dass diese Idee längst nicht passé ist. Im Gegenteil: In einer Welt, in der wir beobachten, dass uns an vielen Stellen das Einverständnis über etwas so Grundsätzliches wie belegbare Fakten verloren geht, ist es

k erfüllt eine gemeinsinnstiftende



Über den Gesprächspartner:

Florian Hager ist seit dem 1. März 2022 Intendant des hessischen Rundfunks. Der 47-Jährige studierte Medientechnik, Informatik und Multimedia an der Hochschule der Medien in Stuttgart sowie Publizistik und Filmwissenschaft in Paris und Mainz. Er arbeitete als Referent des Arte-Präsidenten sowie des Direktors für Europäische Satellitenprogramme beim ZDF. Hager war im Anschluss stellvertretender Programmleiter sowie Hauptabteilungsleiter Programmplanung TV und Web bei Arte in Straßburg. 2015 wurde er Gründungsgeschäftsführer von funk, dem Jugendangebot von ARD und ZDF, dann stellvertretender ARD-Programmdirektor, zuständig für die ARD-Mediathek.

wichtig, dass eine Institution gut genug aufgestellt ist, um dem etwas entgegenzusetzen. Deswegen kämpfe ich für die Idee des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Weil er eine gemeinsinnstiftende Funktion erfüllt und die einzige Institution ist, die einen gesetzlich festgeschriebenen Programmauftrag hat. Den Auftrag, Zuschauern und Zuhörern Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung anzubieten. Und zwar ebenso umfassend wie ausgewogen – ohne dabei einer Marktlogik unterworfen zu sein.

Willi Rugen: Die Gebühren sind im Wirtschaftsjargon ja eine Kopfsteuer, eine „Poll Tax“. Jeder muss das Gleiche bezahlen, unabhängig von der Finanzkraft oder ob er das Angebot wahrnimmt. Sicherlich wäre es gerechter, nicht alle gleichermaßen zu belasten – aber das sind Dinge, die Sie als einzelne Rundfunkanstalt natürlich nicht in der Hand haben.

Florian Hager: Nein, unser Ziel ist in der Tat eher, allen Menschen, allen Zielgruppen ein Angebot zu machen. Allerdings sind wir davon aktuell weit entfernt. Für einige Zielgruppen haben wir vieles im Portfolio, für andere sehr wenig. In diesem Punkt müssen wir dringend gegensteuern, selbst wenn das zur Folge haben sollte, dass wir in der messbaren Reichweite Abstriche machen müssen, weil wir mit einem Spartenformat nie die gleichen Werte erzielen werden wie mit einer Samstagabend-Show. Ich glaube, dass hierin eine zentrale Aufgabe der kommenden Jahre liegt: Zu diskutieren, wie wir als ARD bedarfsorientierter werden und mehr Menschen erreichen. Wie wir uns weiter an eine Medienkultur anpassen, die in weiten Teilen längst von der linearen Nutzung zum On-Demand-Modell übergegangen ist. Aber immer im Sinne eines Programmangebots, das nicht zwingend nur über die Nachfrage reguliert wird - und aus diesem Grund eben nicht "pay-per-view"-finanziert sein darf.

Willi Rugen: Sie haben gerade die Reichweite angesprochen. Das ZDF hat einen größeren Marktanteil als die ARD. Die erhält von den 18,36 Euro monatlicher Gebühr aber den Löwenanteil, nämlich 12,78 Euro. ZDF, Deutschlandradio und Landesmedienanstalten teilen sich die restlichen 5,58 Euro. Da entsteht der Eindruck einer Schiefelage – wie kommt das zustande?

Florian Hager: Weil der Eindruck trügt. Als Einzelsender hat das ZDF in der Tat den größten TV-Marktanteil. Aber zur ARD gehört nicht nur „das Erste“, sondern auch die dritten Programme mit ihrem unfassbaren Angebot an regionalen Informationen. Wenn Sie die dazurechnen, liegt unser Marktanteil jeden Tag deutlich über dem des ZDF. Und dabei haben

wir noch gar nicht über die Vielzahl von Radiosendern unter dem Dach der ARD gesprochen – ein Gebiet, auf dem das ZDF nicht tätig ist. Die Argumentation, das ZDF erreiche mit vergleichsweise wenig Geld sehr viel, ist also nicht ganz richtig. Vielmehr hat das ZDF ein größeres Volumen als die größte ARD-Anstalt und produziert damit ausschließlich sein Fernsehprogramm und seine Mediathek. Wenn ich mir also rein auf der Angebotsportfolio-Seite den Hessischen Rundfunk anschau: Wir finanzieren mit unseren Einnahmen unser Fernsehprogramm, sechs Radiostationen, ein Orchester, eine Big Band und vieles mehr. Also: Man kann immer über die Ausgestaltung unseres Angebotes sprechen. Aber der reine Vergleich von TV-Reichweiten hinkt.

Willi Rugen: Bleiben wir ruhig bei Ihrem Sender, dem Hessischen Rundfunk. Unter dem Dach der ARD scheint es eine Spezialisierung zu geben. Sie sind federführend für die Themen Klima und Börse – richtig? Und vielleicht damit verbunden: Was reizt Sie an Ihrer Aufgabe besonders?

Florian Hager: Vielleicht zunächst ein paar grundlegende Informationen zu unserem Haus: Der Hessische Rundfunk ist eine von neun Länderanstalten der ARD und rein von der Größe her gesehen eine mittlere Anstalt. Das heißt, wir sind nicht so groß wie der Bayerische oder Westdeutsche Rundfunk, sind aber nicht so klein, dass wir nicht selbst bestehen könnten. Deshalb hat es mich besonders gereizt, diese Position anzutreten. Ich bin überzeugt, dass der HR die richtige Größe hat um die eingangs besprochene Transformation meistern zu können. Etwa, weil unsere Strukturen nicht standortpolitisch geprägt sind, weil wir intern klar aufgestellt sind und weil der Druck groß und der Wille da ist, Dinge zu verändern. Derzeit sind wir im Verbund der ARD – Sie erwählten es bereits – für die Finanzberichterstattung zuständig, weil der Standort Frankfurt deutschlandweit einzigartig ist. Außerdem ist das Wetterkompetenzzentrum bei uns angesiedelt, das Wetterdaten sammelt, analysiert und für alle Sendeanstalten bereitstellt. Damit haben wir zwei echte Zukunftsthemen bei uns verortet. Und wir gehen beide über das Thema Nachhaltigkeit an – in dem Sinne, dass wir in „Wirtschaft vor Acht“ nicht nur über Börsenkurse reden, sondern Zusammenhänge erklären. Oder, dass wir die Entwicklung von Wetter und Klima stets einordnen, erklären, Menschen zu einem eigenen Urteil befähigen. Hier kommt übrigens ins Spiel, was wir eben noch besprochen haben: Die Einordnung wird immer wichtiger. In Zeiten, in denen die Menschen Börsen- oder Wetterdaten in Echtzeit auf ihr Handy bekommen, ist unsere Aufgabe, Zusammenhänge aufzuzeigen, statt nur Informationen zu liefern.

Willi Rugen: Die Neutralität der Öffentlich-Rechtlichen wird immer wieder in Frage gestellt. Insbesondere konservative bis ultra-rechte Kreise, gern abseits des demokratischen Spektrums, führen gerne einen angeblichen „Media-Bias“ ins Feld. Demnach würden die Redaktionen tendenziell eher pro links berichten als pro rechts. Wie bewerten Sie das Programm und die Ausgewogenheit der Berichterstattung?

Florian Hager: Prinzipiell gibt es viele Studien, darunter solche, die auch belegen sollen, dass wir nicht ausgewogen berichten. Festzuhalten ist: Es ist unser Auftrag, in der journalistischen Berichterstattung eine objektive Grundhaltung einzunehmen. Und es ist auch richtig, dass unsere mehreren zehntausend Mitarbeitenden im gesamten öffentlich-rechtlichen System auch Fehler machen, die wir schneller und transparenter aufarbeiten müssen. Allerdings tue ich mir immer schwer mit der Einordnung in links, Mitte und rechts. Nehmen wir das Thema Klimawandel: Der menschengemachte Klimawandel ist ein Fakt und das zentrale Thema der nahen Zukunft. Sobald wir anfangen, das zur Disposition zu stellen, haben wir ein grundlegendes Problem. Wenn wir diesen menschengemachten Klimawandel im Programm jedoch so benennen, ist das für manche ein grünes und eher linkes Thema. Dabei ist es natürlich längst auch in den Programmen der meisten Parteien verankert. Also: Eine politische Zuschreibung ist schwer. Hinzu kommt: In vielen Diskussionen fällt mir auf, dass ein Bauchgefühl artikuliert wird. Wenn ich dann frage, woran genau eine vermutete Voreingenommenheit oder tendenziöse Berichterstattung festgemacht wird, geht es meistens um nur einen Beitrag – und dabei wird übersehen, dass es im gesamten Programm möglicherweise viele weitere Beiträge mit anderer Konnotation gibt. Aber ja, wir können uns bei diesem Thema trotzdem nicht ausruhen und haben auch hier sicherlich nicht immer alle Lebenswirklichkeiten in unserem Programm abgebildet – hier müssen wir besser werden.

Willi Rugen: Wo sehen Sie in den kommenden Jahren die Schwerpunkte Ihrer Arbeit?

Florian Hager: Ich leite ein Unternehmen, dem große Umwälzungen bevorstehen. Man darf nicht vergessen: Alles, was wir eben abstrakt erörtert haben, manifestiert sich in der Arbeit der Mitarbeitenden. Die machen einen tollen Job und erreichen jeden Tag mit allen Angeboten 65 Prozent der Menschen in Hessen. Aber: Wir reden immer noch von einer Struktur, die auf ein lineares Angebot ausgerichtet ist. Und diese Struktur mit ihren Produktionsprozessen zukunftsfähig aufzustellen, ist nichts anderes als ein vollumfänglicher

Kulturwandel. Alle Paradigmen, die unsere Arbeit bislang geprägt haben, stehen auf dem Prüfstand. Müssen wir noch alles selbst produzieren? Wie gestalten wir ein Programm, in dem wir nicht mehr in Sendeplätzen denken und bestimmten Zielgruppen bestimmte Themen zu bestimmten Zeiten anbieten müssen? Das sind nur zwei der großen Fragen, mit denen wir uns gegenwärtig befassen. Hinzu kommt, dass der HR hohe Fixkosten hat, unter anderem, weil wir 90 Prozent in Eigenregie produzieren. Das wird sich ändern. Die Organisation wird kleiner und – noch wichtiger – flexibler werden. Das müssen wir, weil wir uns alles andere absehbar nicht mehr leisten können: Die starren Budgets schrumpfen faktisch aufgrund der allgemeinen Teuerung. Und nicht zuletzt steht ein weiterer grundsätzlicher Wandel an: Der Einzug von Künstlicher Intelligenz in unseren Arbeitsalltag. All das zusammengekommen könnte man sagen: Wir transformieren uns mitten in einem Sturm auf hoher See.

Willi Rugen: Da Sie KI ansprechen: Welche Berührungspunkte gibt es hier bereits in der journalistischen Praxis?

Florian Hager: Unter KI wird im Augenblick ja alles mögliche subsummiert, bis hin zum Roboter, der uns – wie in „Terminator“ – irgendwann alle umbringt. Im Hier und Jetzt geht es neben den kreativen Anwendungen vor allem um Assistenzsysteme, die uns Abläufe erleichtern oder komplett abnehmen. Das kann eine echte Bereicherung sein, denn oft gilt es etwa im Rahmen einer Recherche, große Datenmengen zu durchforsten. Ganz konkret, wie oben bereits erwähnt, bei uns zum Beispiel das Thema Wetterdaten. Dabei kann KI unterstützen – wobei wichtig ist: Als öffentlich-rechtliche Sendeanstalt publizieren wir nichts 1:1, was eine KI analysiert hat. Auch hier gilt: bewerten, nachvollziehen, Quellen prüfen, einordnen. Ein anderes Einsatzgebiet sind repetitive Tätigkeiten wie das Aufbereiten und Kürzen von Texten für unterschiedliche Formate. Dafür gibt es bereits verfügbare Tools. Außerdem besitzen wir ein riesiges Archiv, dessen Bestände wir zugänglich machen wollen und in dem sich sicher noch das ein oder andere spannende Thema verbirgt. Das sind so viele Daten, dass sie ein Mensch allein gar nicht erschließen kann. Im administrativen Bereich kann man ebenfalls KI nutzen, um synergetischer und schneller zu arbeiten.

Willi Rugen: Das alles vermutlich zur Konsolidierung?

Florian Hager: An einer Konsolidierung führt kein Weg vorbei. Wir befinden uns gerade in einer Übergangsphase, in der wir noch das Lineare hochhalten und gleichzeitig das Digitale entwickeln. Das führt zu einem investiven Mehrbedarf – und es ist nicht zu erwarten,

dass dieser durch steigende Gebühreneinnahmen ausgeglichen wird. Ein bisschen ist das wie bei den Autoherstellern: Die müssen weiter Verbrenner bauen und gleichzeitig massiv in Elektromobilität investieren, um morgen wettbewerbsfähig zu sein.

Willi Rugen: WDR-Intendant Tom Buhrow hat im vergangenen Jahr darauf hingewiesen, dass Strukturformen nötig seien und dass man sich der Frage stellen müsse, ob die Gesellschaft sich in zehn Jahren noch zwei lineare Fernsehsender leisten wolle. Er hat eine Abkehr von Selbstverteidigungsreflexen gefordert und das Reizthema Fusionen angesprochen. Ist es bei einem so großen Tanker wie der ARD überhaupt denkbar, eine so weitreichende Reform durchzuführen?

Florian Hager: Zu diesem Zeitpunkt entsprach Tom Buhrows Rede dem Wissensstand und der Erfahrung. Seither sind einige Monate vergangen. Inzwischen haben die Bundesländer einen unabhängigen Zukunftsrat berufen, der die großen Fragen thematisiert. Und auf der anderen Seite haben die Intendantinnen und Intendanten sich intensiv damit befasst, wie wir uns synergetischer aufstellen können. Denn was immer klarer wird: Als einzelne Unternehmen können wir

nicht mit dem Tempo einer immer digitaler werdenden Welt mithalten. Um es mal konkret zu machen: Jede Sendeanstalt hat eine IT-Abteilung, die im Vergleich zu Google oder Netflix lächerlich klein ist. Wenn wir aber alle Kräfte bündeln, kommen wir schon näher an wettbewerbsfähige Strukturen heran. Wussten Sie übrigens, dass die ARD Mediathek nach Netflix die zweitgrößte Streaming-Plattform in Deutschland ist? Wenn wir jetzt mal das ZDF dazurechnen, erhalten wir einen wirklich relevanten Player auf dem Streaming-Markt und erreichen unglaublich viele Menschen. ARD und ZDF sind aktuell schon ganz konkret dabei, bestimmte Module einer Streaming-Plattform gemeinsam zu entwickeln und sie möglicherweise für Dritte zugänglich zu machen. Es stimmt, dass wir bei solchen Synergie-Themen oft noch am Anfang stehen, aber das Verständnis ist gewachsen, dass wir Infrastrukturen gemeinsam betreiben müssen, um zu bestehen. Und dass die großen Sendeanstalten auch einmal von den kleinen Sendeanstalten lernen können – denn die haben oft eine eigene Perspektive auf Themen, wie den Einsatz begrenzter Ressourcen, und sind in manchen Punkten deutlich weiter als manch anderer.

Willi Rugen: Herr Hager, vielen Dank für dieses Gespräch!

