Im WDR gärt es, und zwar seit langem. Ob es um die schleichende Boulevardisierung des Fernseh-Nachrichtenmagazins Aktuelle Stunde geht oder den Abbau von lokaler Berichterstattung im Hörfunk: vor allem die Mitarbeiter des Senders, die ihre Aufgabe als kritische Wächter in Nordrhein-Westfalen noch ernst nehmen wollen, fragen sich, ob sie den richtigen Beruf gewählt haben. Die größte ARD-Anstalt verliert unter der Ägide ihrer Intendantin Monika Piel (Jahresgehalt 2009: 308.000 Euro) immer mehr an Anspruch und journalistischem Profil. Gleichzeitig scheint es, als räume Monika Piel als derzeitige ARD-Vorsitzende auch noch bundesweit wichtige Bastionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zugunsten der privaten Verleger. Von **Erika Fuchs**.

„Hans“, geboren 1948, ist angestellter KFZ-Meister. „Leicht übergewichtig und mit hohem Blutdruck“ lebt er mit Hund („Molli“) und Frau („Brigitte“) in einem Reihenhaus in Hagen. Seinen Partykeller hat er schon lange nicht mehr benutzt. Allerdings fährt er einen Opel Vectra (Stufenheck) und geht kegeln. In der Erotik mit seiner Frau Brigitte (die 57-Jährige ist im Übrigen „topfit“, hat aber „gelegentlich Migräne“) ist er „aufgeschlossen, aber diskret“. Hans und Brigitte gibt es nicht wirklich. Aber sie sind – kein Witz – die prototypischen Hörer der Hörfunkwelle WDR4. Für diese Zielgruppe gilt es Programm zu gestalten. Da heißt es dann in einer senderinternen Anweisung an die Programmmacher: „Wir wollen nicht zu viel voraussetzen und Fremdwörter meiden.“ Ähnlich geht der WDR auch mit seinem dritten Fernsehprogramm und den anderen Hörfunkwellen um. Sogar das Multikulti-Programm „Funkhaus Europa“ hat seine Musterhörer: „Carla“ und „Sami“. Die beiden sind „zielstrebige Trendsetter“ und „moderne Kulturorientierte“. Nicht mehr Bildung, Information und Unterhaltung (wie die BBC das definiert) für möglichst viele Bürgerinnen und Bürger ist der Auftrag, obwohl er so im Gesetz steht. Nicht mehr das, was die Redakteure und Autoren für wichtig halten, hat im Quotendenken von Monika Piel eine Chance. Entscheidend sind Stromlinienförmigkeit, „Durchhörbarkeit“ und das Vermeiden von allem, was sperrig oder gar anspruchsvoll sein könnte. Für Letzteres werden kleine (Programm-)Inseln geschaffen („Politikum“ auf WDR 5 beispielsweise), auf die die Hausspitze dann bei etwaiger Kritik als Alibi verweisen kann.

„Der Fisch stinkt vom Kopf her“, sagt einer der WDR-Mitarbeiter, die „auf gar keinen Fall“ namentlich zitiert werden möchten. Die WDR-Chefin gilt als äußerst nachtragend, humorfrei und zutiefst intellektuellenfeindlich: „Sie ist gegen alles, was sie einfach nicht versteht, und das ist viel“. Die Stimmung im Haus, in dem Misstrauen und Unsicherheit hierarchisch streng von oben nach unten durchgereicht werden, ist entsprechend angespannt. Statt den öffentlich-rechtlichen Programmauftrag ernst zu nehmen, reduzieren die Verantwortlichen die WDR-Programme auf ihren jeweiligen „Markenkern“. Die Entwicklung dieser verschiedenen Markenkerne wurde im Übrigen externen Marketingexperten überlassen,

denn der WDR als einer der größten „Kulturanbieter“ Europas hatte offenbar niemanden im eigenen Hause, dem man eine Weiterentwicklung des Programmprofils hätte zutrauen können. Es wäre aber wohl auch niemand intern darauf gekommen, dass der WDR „eine Marke wie Apple oder Coca Cola“ sein solle, eine „Marke“ mit „relevanten und glaubwürdigen Botschaften“.

Schon seit Jahren beklagen WDR-Autoren den Zwang, die Inhalte ihrer Beiträge den schon vorab geäußerten Wünschen der Redaktion anpassen zu müssen. „Ergebnisoffene Recherche“ gilt in manchen WDR-Kreisen inzwischen als Fremdwort. Die Wirklichkeit hat sich den Vorstellungen von einzelnen Redakteuren anzupassen und nicht umgekehrt – entsprechend müssen Beiträge geschönt („Wo bleibt das Positive?“) oder aber alarmistisch aufgeheizt werden. So manchem treibt es noch heute angesichts der Berichterstattung der „Aktuellen Stunde“ über den Mord an dem zehnjährigen Mirco aus Grefrath die Schamesröte ins Gesicht. Der Überfall auf ihn wurde, samt schräg von unten gefilmtem Dunkelmann im Auto und reißerischer Musik, in Spielfilmart nachgestellt. Der Erkenntnisgewinn war gleich null, aber beim Zuschauer wurden Emotionen angesprochen, und darauf kommt es inzwischen im WDR vor allem an.

Das betrifft auch die bislang qualitativ hochwertige Kulturberichterstattung im Hörfunk. Anstatt auf Kontinuität und zeitgemäße Anpassungen zu setzen, wird beispielsweise WDR 3 nun einer Organisationsreform unterzogen, die eine weitere Gleichmacherei, oder im Marketing-Deutsch: „Homogenisierung“ des Programmes zur Folge haben soll. Fachkompetenzen sind nicht mehr gefragt. WDR 3 hat durch mehrere Programmreformen viele seiner treuen Hörer, die sicherlich nur einer kleinen, aber immerhin relevanten Minderheit angehören, an den Rand der Schmerzgrenze getrieben, da einzelne anspruchsvollere Sendungen entweder ganz eingestellt oder in andere Zeitschienen verlagert wurden, so dass sie kaum noch auffindbar waren. Der daraus folgende Hörerschwund wird nun als Begründung dafür herangezogen, dass weiter „reformiert“ werden müsse.

Auch in der Lokalberichterstattung, die eigentlich eine Stärke und die ursprüngliche Daseinsbegründung eines „Landes“-Senders sein müsste, wird immer mehr abgebaut. Es werden lieber menschelnde „Geschichten“ erzählt als Hintergrundberichte gesendet. Vereinzelt soll es deshalb schon zu Beschwerden von Lokalpolitikern gekommen sein, die sich wunderten, dass der WDR noch nicht einmal mehr einen Mitarbeiter zu Pressekonferenzen schickt. Diesem Abbau an (lokalem und regionalbezogenem) journalistischem Engagement entspricht aber auch die Außenpolitik des Senders. Unter Federführung von Monika Piel versucht die ARD anscheinend zurzeit den Schulterschluss mit ihrer (publizistischen) Konkurrenz, den Verlegern. Ohne Not wollen sich nun die

öffentlich-rechtlichen Sender selbst im (freien) Internet beschneiden und sich den kommerziellen Interessen von WAZ, DuMont und Co. unterordnen. Der Journalist und Blogger Stefan Niggemeier nennt das zu Recht Vorauseilende Selbstverstümmelung. Obwohl es im ganzen Land NRW aufgrund von Pressekonzentration und mangelndem Investitionswillen der Verleger schon längst kaum mehr Meinungsvielfalt und hochwertigen Lokaljournalismus gibt, es also gerade an Konkurrenz für die privaten Medien mangelt, entmündigt sich der WDR freiwillig selbst. Dabei sollte er doch im Interesse der Informationsfreiheit und Informationsvielfalt seiner Gebührenzahler handeln, schließlich bezahlen diese doch den Sender gerade auch dafür. Insofern wäre es höchste Zeit, wenn die Bürger, denen der WDR schließlich gehört, ihren Sender endlich selbst darauf stoßen würden, in wessen Auftrag er eigentlich seine journalistischen Aufgaben wahrnehmen sollte: Occupy WDR!

P.S. (WL): Wie aktuell und dringend die Sorge unserer Autorin ist belegt auch ein Symposion des „Initiativkreises Öffentlicher Rundfunk“ (IÖR), ein Kreis von Menschen, die sich für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk engagieren. Die Fragestellung der Tagung lautet „Public Value. Was soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk für die Gesellschaft leisten?“. Die Veranstaltung findet am Freitag, den 9. März an der Universität zu Köln statt [PDF – 291 KB].