

Bayerischer Rundfunk: 75 Jahre voller Erinnerungen und Herausforderungen

„Katja Wildermuth, BR-Intendantin, betont: ‚Sparen alleine ist keine Strategie.‘ Erfahren Sie, wie der BR seine Zukunft gestaltet und Medienvielfalt sichert.“

Der Bayerische Rundfunk (BR) steht an einem entscheidenden Punkt seiner Geschichte, insbesondere da er sein 75-jähriges Jubiläum feiert. Katja Wildermuth, die seit 2021 Intendantin des BR ist, reflektiert über die Herausforderungen und Chancen, die mit der aktuellen Mediensituation verbunden sind. Ihre persönliche Bindung an den BR reicht zurück bis in die Kindheit, als sie die ersten Gutenachtgeschichten im Radio hörte. Der BR ist für sie nicht nur ein wichtiger Teil ihres Lebens, sondern auch für viele andere in Bayern.

Wildermuth setzt sich dafür ein, dass der BR auch in Zukunft eine zentrale Rolle im Bereich des Qualitätsjournalismus spielen kann. „Sparen alleine ist keine Strategie“, erklärt sie, während sie über die Notwendigkeit eines transformatorischen Wandels im Hinblick auf die digitalen Medien spricht. Damit der BR seine Angebote bereichern kann, plant eine Investition in digitale Formate ohne den Hauptfokus auf Einsparungen zu legen.

Die Digitale Zukunft des BR

Ein zentrales Anliegen von Wildermuth ist die Präsenz des BR in sozialen Medien. Laut dem aktuellen Geschäftsbericht betreibt der BR 20 YouTube-Kanäle und engagiert sich aktiv auf Plattformen wie TikTok und Instagram. Diese Schritte sind wichtig, um jüngere Zielgruppen zu erreichen, die ihre

Nachrichten zunehmend aus sozialen Medien beziehen. „Wir müssen dort sein, wo die Meinungsbildung stattfindet“, so Wildermuth unmissverständlich.

Wildermuth betont weiterhin die Notwendigkeit einer Vielfalt in der Medienlandschaft. Die Zusammenarbeit mit regionalen Zeitungen sieht sie als essenziell an, um eine gesunde Medienstrategie aufrechtzuerhalten. Dies wird auch durch die Kritik von Ministerpräsident Reiner Haseloff unterstrichen, der warnt, dass öffentlich-rechtliche Medien private Pressehäuser in ihrer Existenz gefährden könnten.

„Wir glauben an die Co-Existenz“, sagt Wildermuth. Sie hebt hervor, dass der BR nicht das Ziel hat, private Medien zu verdrängen, sondern vielmehr mit ihnen zusammenarbeiten möchte. Dieser Ansatz ist entscheidend, um die Medienvielfalt in Deutschland zu erhalten, die als Basis für die Demokratie gilt.

Die Präsenz in sozialen Medien geschieht natürlich nicht ohne Herausforderungen. Plattformen aus den USA und China setzen den traditionellen Medien enorm zu, indem sie sowohl Aufmerksamkeit als auch Werbegelder abziehen. Wildermuth ist sich der Gefahren bewusst: „Wir müssen allen Nutzern klar machen, dass redaktionell geprüfte Inhalte etwas Fundamentales sind, das wir schützen müssen“. Dies zeigt die Dringlichkeit, sich an die neuen Gegebenheiten anzupassen.

Die Vision für die Zukunft

Ein ehrgeiziger Zukunftsplan ist in Arbeit, um sicherzustellen, dass der BR auch im digitalen Zeitalter relevant bleibt. „Wir wollen nicht einfach nur etwas machen, was es überall gibt“, erklärt Wildermuth. „Es ist wichtig, dass wir ein unverwechselbares Angebot bieten.“ Dies bedeutet, dass der BR Angebote entwickeln wird, die sich von sozialen Medien und Streaming-Diensten abheben, indem sie tiefere Einblicke und qualitativ hochwertige Information bereitstellen.

Künstliche Intelligenz wird auch in die Diskussion einfließen, wobei Wildermuth klarstellt, dass menschliche Moderatoren und Journalisten nicht ersetzt werden sollen. „Es geht darum, den Charakter und das Menschliche in die Berichterstattung zu bringen.“ Dies zeigt ihre Überzeugung, dass persönliche Geschichten und Verbindungen wichtige Elemente des Berichts über aktuelle Themen sind.

In dieser sich ständig verändernden Medienlandschaft bleibt der BR eine feste Größe, die sowohl die Wurzeln der Tradition respektiert als auch mutig in die Zukunft aussieht. Die kommenden Herausforderungen sind nicht nur finanzielle, sondern auch kreative und strategische, um dem Auftrag der gesellschaftlichen Bildung und der Meinungsvielfalt gerecht zu werden.

Im Hinblick auf den Rundfunkbeitrag hat Wildermuth klargestellt, dass eine Erhöhung um 58 Cent ab 2025 bereits vorgesehen ist. Die Länderparlamente werden sich bald darüber aussprechen. „Ich gehe davon aus, dass die Experten, die für die Überprüfung des Bedarfs zuständig sind, ihre Empfehlungen ernst nehmen“, fügt sie hinzu. Diese Aspekte haben unmittelbare Auswirkungen auf die Finanzplanung und die zukünftige Strategie des Bayerischen Rundfunks.

Details

Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)