

- > WDR-Intendantin weist Kritik der WAZ am WDR-Online-Angebot zurück
- > Insgesamt wird der WDR Ende 2010 ca. 80-90 Prozent seiner Online-Inhalte gelöscht haben
- > WDR muss bis 2012 140 - 150 Millionen Euro einsparen

## „Unser gemeinsames Interesse sollte der Qualitätsjournalismus sein“

> Interview mit Monika Piel, Intendantin des Westdeutschen Rundfunks (WDR)



> **Monika Piel**

Geboren: **9. April 1951**

Studium *BWL, Jura und Orientalistik*

**1979 - 1989** Redakteurin, Reporterin und Moderatorin des WDR Hörfunks

**1982-1984** freie Journalistin in Portugal

**1989-1993** Hörfunk-Korrespondentin Studio Bonn

**1994** Ernennungen zur stellv. Hörfunk-Chefredakteurin

**1995** Programmchefin von WDR 2

**1997** Chefredakteurin und stellv. Hörfunkdirektorin

**1998-2007** Hörfunkdirektorin des WDR

Seit **1. April 2007** Intendantin des WDR

**Die Intendantin des WDR Monika Piel, verweist in einem promedia-Gespräch darauf, dass sich die ARD-Anstalten nicht sicher sein können, dass durch das neue Gebührenmodell nicht doch Einnahmeausfälle entstehen. Zugleich plädiert sie in dem Gespräch dafür, auch für die Neufestsetzung der Gebühren ab 2013 am bisherigen Vorschlagsystem der KEF festzuhalten.**

**Der WDR geht weiter davon aus, bis 2012 zwischen 140 und 150 Millionen Euro einsparen zu müssen. „Grundsätzlich prüfen wir daher in allen Bereichen, ob und wie sich Einsparungen realisieren lassen“, so Monika Piel.**

**promedia:** Frau Piel, Können Sie mit dem neuen Gebührenmodell leben?

**Piel:** Im Grundsatz ja. Der jetzt beschlossene Haushaltsbeitrag ist nicht nur ein wichtiger Schritt für die Sicherung des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags, er schafft auch mehr Klarheit und Sicherheit für alle Beteiligten. Das gegenwärtige Modell, das noch bis Ende 2012 gilt, ist zu einer Zeit entstanden, als unsere Programme ausschließlich über das Fernsehen und über das Radio zugänglich waren. Im Zuge der rasanten technischen Entwicklung ist das Modell jedoch an seine Grenzen gestoßen.

**promedia:** Befürchten Sie auch negative Konsequenzen für die Gebühreneinnahmen?

**Piel:** Klar ist, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch das neue Modell keine höhe-

ren Gebühreneinnahmen zur Verfügung haben wird. Welche Effekte dieses Modell für unsere Einnahmen genau haben wird, kann allerdings noch niemand sagen. Das wird jetzt von den Experten durchgerechnet. Einnahmeausfälle sind nicht auszuschließen. Sollte dies eintreffen, werden wir unsere Sparanstrengungen noch verstärken müssen.

**promedia:** Verschiedene Politiker haben nach der Entscheidung über das Haushaltsmodell darauf hingewiesen, dass die Gebühren ab 1. Januar 2013 nicht über dem aktuellen Gebührenstand von 17,98 Euro steigen werden. Können Sie sich vorstellen, dass die öffentlich-rechtlichen Anstalten auf eine aufwandbestimmte Anpassung der Gebühren für die nächsten Gebührenperiode verzichten und es zu einer Null-Runde kommt?

**Piel:** Die unabhängige Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF) wird in ihrem nächsten Bericht zur Finanzsituation der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten eine Empfehlung für die Festsetzung des Haushaltsbeitrags aussprechen. Die Bundesländer entscheiden dann bis zum Ende der laufenden Gebührenperiode 2012 über die Höhe des Beitrags für die nächste Gebührenperiode. An diesem gesetzlichen Verfahren hat sich durch den Modellwechsel nichts geändert. Daran sollten wir festhalten.

**promedia:** Inwieweit wird dieses Modell zu einer besseren Akzeptanz der Gebühren beitragen?

**Piel:** Zunächst einmal schafft das neue Modell für alle mehr Transparenz und Einfachheit – für die Sender ebenso wie für die Beitragszahler. Darüber hinaus aber sind es vor allem unsere guten Programme, die Akzeptanz für den Rundfunkbeitrag schaffen. Mit unseren öffentlich-rechtlichen Programmangeboten sind wir ein unverzichtbarer Pfeiler für die demokratische Meinungsbildung und den Diskurs in unserer Gesellschaft.

**promedia:** Welche Konsequenzen hätte für den WDR die Abschaffung der Werbung ohne eine Kompensation über die Gebühren?

**Piel:** Diese Frage stellt sich uns derzeit nicht. Die Ministerpräsidenten haben die KEF gebeten, ihre Berechnungen zu den finanziellen Auswirkungen einer Reduzierung von Werbung und Sponsoring zu aktualisieren. Auf dieser Basis soll dann entschieden werden, welche Rolle Werbung und Sponsoring künftig in den Programmen der ARD spielen werden.

**promedia:** Sie haben unlängst eine Studie zusammen mit dem Kulturrat über den kulturellen Beitrag des WDR vorgelegt. Inwieweit sind

solche Aktivitäten künftig von den Sparnotwendigkeiten betroffen?

**Piel:** Der WDR muss bis Ende 2012 zwischen 140 und 150 Millionen Euro einsparen, eine beträchtliche Summe. Grundsätzlich prüfen wir daher in allen Bereichen, ob und wie sich Einsparungen realisieren lassen. Dabei gilt als oberstes Gebot: Am Programm – und damit auch am Kulturprogramm – wird zuletzt gespart. Statt auf Streichungen setzen wir in erster Linie auf noch sparsameres Wirtschaften sowie auf Synergieeffekte und Kooperationen – ein Beispiel ist das im vergangenen Jahr ins Leben gerufene „ARD Radiofestival“, bei dem die neun Landesrundfunkanstalten drei Sommermonate lang auf ihren Kulturwellen ein gemeinsames Abendkonzert-Programm ausstrahlen.

**promedia:** Nach einer jüngsten Studie des Format-Instituts ist NRW der wichtigste TV-Produktionsstandort in Deutschland. Welchen Anteil hat daran der WDR?

**Piel:** Der Anteil des WDR am TV-Produktionsstandort NRW lässt sich anhand des Format-Gutachtens nicht beziffern. Der Beitrag des WDR zur TV- und Produzentenlandschaft in Nordrhein-Westfalen ist aber beträchtlich. Insgesamt hat sich die Produktionslandschaft in NRW vor allem durch Aufträge des WDR sehr positiv entwickelt. Das Gesamtvertragsvolumen des WDR mit Produzenten in NRW ist über die Jahre deutlich gewachsen.

**promedia:** Die privaten Sender haben eine neue Formel für TV-Movies ausgegeben: Sie dürfen nicht teurer als eine Million Euro sein. Wäre das auch eine Formel für Sie?

**Piel:** Es ist ja nicht so, dass der „1-Million-Euro-Film“ eine neue Erfindung wäre, auf die man ein Patent anmelden könnte. Verschiedene Produzenten kamen schon in vergangenen Jahren auf uns zu mit Vorschlägen dieser Art. Die Vorschläge blieben aber immer theoretisch. Wir schauen zuerst: Ist der Stoff wichtig, das Thema interessant, dann versuchen wir eine möglichst günstige Finanzierung zu finden. Historische Stoffe wie die Verfilmung der Marcel Reich-Ranicki Biographie „Mein Leben“ oder der Film „Jenseits der Mauer“ wären für eine Million nicht zu realisieren gewesen. Für ein Kammerstück muss man weniger Geld in die Hand nehmen – es kommt eben auf den jeweiligen Stoff an. Wenn sich die Produzenten weiter professionalisieren und Produktionsweisen finden, bei denen sich Geld sparen lässt, wäre das interessant für den WDR. Das gilt natürlich nur unter der Prämisse, dass die Produktionsweise nicht den Inhalt bestimmt.

**promedia:** Wie kann man sparen und zugleich die Qualität halten oder erhöhen?

**Piel:** Qualität ist unser oberstes Gebot. Um sie zu wahren, prüfen wir immer wieder, wie dieser Standard gehalten werden kann, ohne das Programm zu beschneiden. Bis zu einem gewissen Grad können Sparzwänge auch neue kreative Prozesse und Ergebnisse freisetzen.

**promedia:** Ende vergangenen Jahres hat die Produzentenallianz mit der ARD eine Vereinbarung über eine bessere Beteiligung der Produzenten an der digitalen Verwertung ihrer Produkte abgeschlossen. Wie setzt der WDR diese Vereinbarung um?

**Piel:** Hier sind wir erst am Anfang. Entsprechende Vereinbarungen mit den Produzenten sind aber bereits in Einzelfällen getroffen worden. Produzenten nach Maßgabe der Eckpunkte an der Finanzierung und an den Verwertungserlösen zu beteiligen, halte ich durchaus für einen Ansatz, der auch im Interesse des WDR liegt. Ich bin auf die Erfahrungen, die wir hier machen werden, gespannt.

**promedia:** Sie haben in den vergangenen Jahren ihr Fernseh-Regionalangebot weiter ausgebaut. Wo sehen Sie weiteren Handlungsbedarf?

**Piel:** Wir decken mit unseren elf WDR-Regionalstudios das Land Nordrhein-Westfalen sehr gut ab. Ein weiterer Ausbau der Berichterstattung steht nicht zur Debatte. In den vergangenen Jahren haben wir eine Qualitäts-offensive gestartet, einheitliche Standards festgelegt und Abläufe optimiert. Das werden wir trotz wachsender Sparzwänge natürlich fortsetzen. Durch möglichst geschickten Einsatz der Produktionsmittel und effektive Aufgabenteilung der Redaktionen wird es uns gelingen, auch weiterhin ein attraktives Programm für die Regionen in NRW zu gestalten.

**promedia:** Wie intensiv wird Ihr WDR-Online-Angebot genutzt?

**Piel:** Sie meinen sicherlich die Nutzungszahlen. Das gesamte WDR-Angebot verzeichnete im Mai 101,9 Mio. Seitenaufrufe (Pageimpressions) und 16,85 Mio. Visits.

**promedia:** Der WAZ-Geschäftsführer Christian Nienhaus hat dies Angebot als Konkurrenz für die Zeitungen und zu „textlastig“ bezeichnet. Wo sehen Sie hier einen Änderungsbedarf, um den Verlegern angesichts eines schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes etwas entgegen zu kommen?

**Piel:** Ich sehe keinen weiteren Änderungsbedarf. Die eigentliche Bedrohung für die Angebote der Verlage sind große Internet-Majors wie Google, Facebook, Apple und in Deutschland T-Online, die viele Millionen User haben und entsprechend große Umsätze mit Online-Werbung generieren. Unsere Angebote sind dage-

gen werbefrei. Im übrigen haben wir aufgrund des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages bereits zahlreiche Inhalte löschen müssen, zum Beispiel die Urteilsdatenbank von „ARD-Ratgeber Recht“, das Virtuelle Tierheim des WDR Fernsehens, den ILIVE Liebesalarm oder auch die virtuelle „Zimmer frei“-WG. Aktuell haben wir mit der Umsetzung des im Telemedienkonzept enthaltenen Verweildauerkonzepts begonnen. Danach müssen viele Inhalte nach Ablauf bestimmter Fristen gelöscht werden – die weitaus meisten Video-Abruf-Inhalte bereits nach sieben Tagen. Insgesamt wird der WDR bis zum Abschluss des Verfahrens schätzungsweise 80-90 Prozent seiner Inhalte aufgrund des Verweildauerkonzeptes gelöscht haben. Wir erhalten bereits täglich Mails von Nutzern, die sich darüber beklagen, dass ihnen zahlreiche Inhalte nicht mehr zur Verfügung stehen.

**promedia:** Auf der anderen Seite arbeiten Sie mit der WAZ seit über einem Jahr bei Videos zusammen. Hat sich das Verhältnis zu den Verlegern in den letzten Monaten verschlechtert?

**Piel:** Die WAZ-Gruppe kann für ihr Internet-Angebot einzelne Magazinbeiträge aus unseren aktuellen Fernseh-Regionalmagazinen nutzen. Diese Beiträge, die bereits bei uns gesendet wurden, sind mit dem WDR-Logo gebrandet. Sie werden der WAZ gegen ein marktübliches Lizenzentgelt von unserer Tochter WDR mediagroup überlassen. Aus unserer Sicht sind Online-Kooperationen zwischen Landesrundfunkanstalten und der Tagespresse der richtige Weg – und nicht der Kampf gegeneinander. Unser gemeinsames Interesse sollte die Wahrung des Qualitätsjournalismus' sein sowie die Unabhängigkeit und Vielfalt einer Medienlandschaft, um die uns viele außerhalb Deutschlands beneiden.

**promedia:** Existieren bei Ihnen Überlegungen, ihre regionalen TV-Informationen auch mobil zu verbreiten, z.B. als „NRW in 100-Sekunden“? Sehen Sie einen Bedarf dafür?

**Piel:** Wir als öffentlich-rechtlicher Anbieter sind nicht nur dringend daran interessiert, sondern auch verpflichtet, unsere Angebote über möglichst alle Verbreitungswege möglichst vielen Menschen günstig zur Verfügung zu stellen. Dazu würde auch ein Internet-Angebot für mobile Endgeräte gehören. Wie das Endgerät aussieht, über das unsere Internet-Angebote die Menschen erreichen, ist für uns weniger wichtig.

Die „mobile Nutzung“ ist somit nur ein Nebenaspekt. Was das WDR Fernsehen betrifft, so wollen wir möglichst viele Inhalte aus dem linearen Programm auch im Internet zur zeit-souveränen Nutzung anbieten. (JI)