

## PRESSEMITTEILUNG

### **GVK stärkt ARD den Rücken für Innovation und Investition zur Erreichbarkeit der Jüngeren**

Die Gremienvorsitzendenkonferenz der ARD (GVK) hat ihre regelmäßigen Beratungen zur Ansprache und Erreichbarkeit der jungen und jüngeren Zielgruppen fortgesetzt. Seit dem 1. GVK-Forum „ARD und Jugend – ein (noch) seltenes Paar?“ 2008 befinden sich Programmverantwortliche, Programmmacher und Gremien in einem ständigen Dialog über Konzepte, Wege und Maßnahmen. Zuletzt hatte die GVK im Nachgang zum 3. GVK-Forum „Wie finden Jüngere die ARD?“ den Intendantinnen und Intendanten der ARD Empfehlungen aus den Ergebnissen und Erkenntnissen der Gremienfachtagung vorgelegt (*siehe PM der GVK vom 6.4.11*). In der gestrigen ARD-Hauptversammlung wurde das Thema nochmals intensiv beraten. Die Intendantinnen und Intendanten informierten die Gremienvorsitzenden über den Stand der ARD-Strategie zur Ansprache junger Publikumsgruppen.

Die GVK betrachtet es als sehr positiv, dass insbesondere auf Ebene der Landesrundfunkanstalten in den letzten zwei bis drei Jahren nicht nur die Diskussion um die Programmverjüngung systematisch vorangetrieben und Konzepte entwickelt worden sind, sondern sich dies vielfach bereits in neuen Formaten und Angeboten realisiert hat, wie z.B. „Alpha 0.7“, „Ausflug mit Kuttner“ oder „NDR Comedy Contest“. Dies ist ein wichtiger Beitrag zum von der GVK geforderten Auf- und Ausbau zielgruppenspezifischen Programmvermögens.

Derzeit gehen die großen Anstalten SWR, NDR und WDR voran mit der Einrichtung von Innovationstöpfen und Innovationswerkstätten zur Entwicklung jungen Fernsehens. Aber auch in den finanzschwächeren Anstalten wie z.B. Radio Bremen wird engagiert daran gearbeitet, dem kreativen Potenzial insbes. der jungen Mitarbeiter für die Entwicklung innovativer Formate Raum zu geben. Die GVK unterstützt diesen Weg der Innovation und Investition ausdrücklich, um bestmöglich – ggf. auch mit geringen Mitteln – zu raschen Ergebnissen zu kommen.

Die Strategie, die Reichweite der bei den Jüngeren erfolgreichen LRA-Radiowellensystematisch zur Erreichbarkeit anderer junger Publika zu nutzen und die Kooperation zwischen Fernsehen und Radio zu verstärken, ist aus Sicht der GVK ein wesentlicher Baustein der in vielen Bereichen notwendigen Maßnahmen. Dies gilt auch für den Ausbau der multimedialen Gestaltung, der zeitsouveränen Nutzbarkeit der Angebote und des Social Media Engagements der Anstalten. Dadurch wird nicht nur die Attraktivität der Angebote für Jüngere erhöht, sondern zugleich die Chance, dass die ja bereits zahlreich existierenden Angebote überhaupt gefunden und zur Kenntnis genommen werden. Die GVK begrüßt in diesem Kontext auch, dass ihre Überlegung zur Bündelung aller bestehenden ARD- und LRA-Angebote für die junge Zielgruppe auf einer Online-Plattform aufgegriffen werden soll.

Die GVK sieht die Arbeit an der Erreichbarkeit aller Zielgruppen unterhalb des durchschnittlichen Zuschaueralters mit entsprechenden öffentlich-rechtlichen Angeboten als Daueraufgabe mit höchster Priorität. Dies gilt für die Hauptprogramme ebenso wie für die Digitalkanäle. Letztlich ist es nach Ansicht von ARD und GVK eine zentrale Frage des öffentlich-rechtlichen Systems insgesamt.

Die GVK wird gemeinsam mit den Gremien der Landesrundfunkanstalten die Fortschritte intensiv begleiten, sich weiterhin aktiv der Fragestellungen annehmen und die Thematik regelmäßig in die ARD-Hauptversammlung einbringen.

Potsdam, den 14.9.2011

#### **Pressekontakt:**

Dr. Susanne Pfab  
Geschäftsstelle der ARD-Gremienvorsitzendenkonferenz  
Tel +49 89 5900 4314  
Fax +49 89 5900 4310  
[www.ard.de/gvk](http://www.ard.de/gvk)