Bericht des MDR über die Erfüllung der Leitlinien für die Programmgestaltung 2009/2010

Leitlinien für die Programmgestaltung des MDR 2009/2010	Bericht des MDR über die Erfüllung der Leitlinien für die Programmgestaltung 2009/2010
1. Der Hörfunk des MDR Das Hörfunkangebot des MDR besteht aus acht Vollprogrammen und erreicht täglich knapp 3,5 Millionen Hörer in Mitteldeutschland. Die drei Landesprogramme MDR 1 RADIO SACHSEN, MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT und MDR 1 RADIO THÜRINGEN stehen einerseits für ein qualitativ umfassendes Radioangebot mit einer starken Verankerung in den jeweiligen Bundesländern und andererseits für ein modernes, massenattraktives Programmbouquet, das den Wünschen und Belangen seiner Zuhörer Rechnung trägt. Mehr als 2,1 Millionen schalten mindestens einmal pro Tag ein MDR 1-Landesprogramm ein. Die fünf Radiowellen des zentralen MDR-Hörfunks, das Nachrichtenradio MDR INFO, das Kulturradio MDR FIGARO, die Pop-Welle JUMP, das werbefreie Jugendprogramm MDR SPUTNIK und das DAB-Radio MDR KLASSIK sehen sich in der Verpflichtung, alle Generationen anzusprechen und die Informations-, Kultur- und Unterhaltungsansprüche der Menschen in Mitteldeutschland seriös und zuverlässig zu bedienen. Im Durchschnitt schaltete im vergangenen Jahr fast jede zweite Person im Sendegebiet mindestens einmal pro Tag einen MDR-Hörfunksender ein.	**1. Der Hörfunk des MDR** Das „Überall-Medium“ Hörfunk genießt in Deutschland trotz aller intra- und intermedialer Veränderungen im Markt weiterhin eine große Wertschätzung und zählt zu den wichtigsten Tagesbegleitern. Die tägliche Hördauer aller Radioprogramme im MDR-Sendegebiet belief sich auf der Basis der Media Analyse 2010/II auf 195 Minuten. Damit blieb sie gegenüber den vorherigen Media Analysen stabil. Insgesamt erreichte der MDR mit allen seinen Hörfunkprogrammen eine stabile Tagesreichweite von 42,2 Prozent. Das entspricht 3,4 Millionen Hörern, die täglich eines der MDR-Programme einschalten. Die Hördauer für das MDR Hörfunkangebot lag bei 79 Minuten. Eine starke Wettbewerbsposition hatten die drei Landesprogramme MDR 1 RADIO SACHSEN, MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT und MDR 1 RADIO THÜRINGEN mit zusammen 26,0 Prozent Tagesreichweite, was etwas mehr als 2,1 Millionen Hörer entspricht. Für die Radiowellen des zentralen MDR-Hörfunks ergab sich ein unterschiedliches Bild: Die Tagesreichweite der Pop-Welle JUMP liegt mit 11,2 Prozent einen Prozentpunkt über dem Vorjahreswert. Das Nachrichtenradio MDR INFO mit nun 3,9 Prozent musste gegenüber dem Vorjahreswert auf hohem Niveau leichte Verluste hinnehmen. Das Kulturradio MDR FIGARO konnte seine Tagesreichweite im Sendegebiet auf 3,3 Prozent steigern. Mit seinem DAB-Pilotprojekt MDR KLASSIK besitzt der MDR eine zuverlässige und entwicklungsfähige Datenplattform für die vielfältigen digitalen Anwendungen im Klassiksegment. Die Jugendwelle MDR SPUTNIK kann sendegebietsweit nach zuletzt deutlichen Verlusten mit einer Tagesreichweite von 1,5 Prozent erstmals wieder ein leichtes Plus ausweisen. Im Kernsendegebiet Sachsen-Anhalt liegt der Vergleichswert bei 4,2 Prozent.

1.1 Kernkompetenz Regionalität, Information und Ratgeber Die Regionalität hat beim MDR oberste Priorität. Der Sender unterhält im Sendegebiet fünf Funkhäuser sowie 17 Regionalstudios und Korrespondentenbüros. Diese gewährleisten eine bodenständige, kenntnisreiche und intensive Begleitung der Menschen in ihrem Alltag. Vorrangige Aufgabe der drei MDR-1-Landesprogramme ist die Berichterstattung aus den Ländern und den Regionen. Regionales ist Bestandteil der Nachrichten, Reportagen, Magazine, Ratgebersendungen und der Unterhaltung. Kern des Informationsangebots sind die Nachrichten, die zahlreichen Auseinanderschaltungen zu den Regionalstudios und die Politik-, Kultur-, Sport-, Verbraucher- und Hintergrundmagazine. Für ein kompaktes Informationsprogramm mit 24-Stunden-Service steht das Nachrichtenradio MDR INFO mit aktuellen Informationen aus Deutschland, Europa und der Welt. Mit seinen Landeskorrespondenten, den Berichterstattern am Sitz der Bundesregierung und den Korrespondenten in Washington, Paris, Genf und Brüssel kommt MDR INFO eine wichtige Bedeutung in der Einordnung politischer Ereignisse zu.	**1.1 Kernkompetenz Regionalität, Information und Ratgeber** Die fünf MDR-Hauptstandorte und 17 Regionalstudios gewährleisteten eine kompetente und journalistisch hochwertige Versorgung der Hörer im Sendegebiet. Vorrangige Aufgabe der drei MDR 1-Landesprogramme ist die umfassende Berichterstattung aus der Region. Über das regionale Angebot der Landesfunkhäuser hinaus bietet das Nachrichtenradio MDR INFO rund um die Uhr Aktuelles aus Mitteldeutschland, Deutschland und der Welt. Das Angebotsbouquet der Programme wurde an die sich verändernde Lage auf dem Radiomarkt fortlaufend angepasst: Planmäßige Verstärkung der Online-Präsenz, Anpassung an das Nachfrageverhalten, stärkere Zusammenarbeit mit den Fernsehredaktionen. Im Vordergrund stand hierbei der Prozess der Qualitätssicherung, mit Redaktionsauswertungen, externen Monitorings und programmbegleitender Marktforschung. Diese praktikablen Werkzeuge gewährleisten eine kontinuierliche Qualitätssicherung.
1.1.1 MDR 1 RADIO SACHSEN Mit einer Tagesreichweite von 28,8 Prozent (MA 2009/I) hat MDR 1 RADIO SACHSEN seine langjährige Marktführerschaft bisher mit deutlichem Abstand zu seinen Mitbewerbern verteidigt. Die Ausrichtung als landesspezifisches und regionales Vollprogramm mit einem unverwechselbaren musikalischen Akzent hat sich auf dem sächsischen Hörfunkmarkt als konkurrenzfähig erwiesen. Gut ein Drittel des redaktionellen Wortprogramms sind Nachrichten und aktuell-politische Beiträge. Themen aus Sachsen genießen Vorrang. Die mehrmals täglich gesplitteten Sendungen aus den Regionalstudios stärken die regionale Hörerbindung nachhaltig. Eine besondere Herausforderung für das Informationsangebot des Heimatsenders werden die Wahlen im Jahr 2009 und der Rückblick auf die Friedliche Revolution von 1989 in den Sendeschienen von MDR 1 RADIO SACHSEN darstellen. Durch ein dichtes Netz von Reportern und Korrespondenten hat der Heimatsender seine Rolle als herausragende Informationsquelle weiter gestärkt. Eigene Recher-	**1.1.1 MDR 1 RADIO SACHSEN** Auf Basis der MA Radio 2010/II hat MDR 1 RADIO SACHSEN mit einer Tagesreichweite von 26,2 Prozent seinen Spitzenplatz in Sachsen erfolgreich verteidigt. Wie in den Vorjahren wurden 2009 insgesamt 700.000 Minuten gesendet, davon 184.000 Minuten redaktionelles Wort. Der Anteil des sorbischen Programms an der Gesamtsendezeit betrug knapp 84.000 Minuten. Die geplanten Sonderaktivitäten wie Landtagswahlen, Rückblick auf die Friedliche Revolution und 20 Jahre Freistaat Sachsen als Bundesland fanden ihren Niederschlag. MDR 1 RADIO SACHSEN berichtete darüber hinaus für die Radioprogramme der ARD über den Besuch von US-Präsident Obama in Dresden, den SPD-Bundesparteitag und über die Eröffnung der „Türckischen Cammer“ in der Landeshauptstadt. Die Wahrnehmung des Heimatsenders im öffentlichen Leben wurde durch Off-Air-Aktionen gestärkt, wie die Begleitung des „Tages der Sachsen“, des „Dixieland-Festivals“, von Stadtfesten sowie auch durch eigene Programmaktionen, wie die „Schla-

chen sind nicht nur Grundlage für Nachrichten und Berichte bei MDR 1 RADIO SACHSEN, sondern stärken auch die anderen MDR- und ARD-Hörfunkprogramme, das Telemedienangebot sowie das Fernsehen. Beim „Tag der Sachsen", auf Stadtfesten oder beim Dresdner Dixielandfestival tritt das Landesfunkhaus nicht nur als Berichterstatter auf, sondern präsentiert sich und sein Engagement.	gerparade" in Leipzig. Die Berichterstattung über touristische Attraktionen im Sächsischen Schmalspurbahnnetz wurde mit dem „Claus-Köpcke-Preis" gewürdigt. Die trimediale Zusammenarbeit innerhalb des Landesfunkhauses und mit der Fernsehdirektion wurde weiter entwickelt. Das „Regionalportal Sachsen" im Internet stärkte die Hörerbindung und ermöglichte Kontakte zu neuen Nutzerkreisen.
Ziele und Ausblick: • Vor dem Hintergrund einer sich verschärfenden Konkurrenz und schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen will MDR 1 RADIO SACHSEN Marktführer bleiben. • Einen Nutzwert für die Hörer zu schaffen, ist Anliegen des gesamten Wortprogramms. In besonderer Weise gilt dies für das umfangreiche Ratgeberangebot in den Vormittagsstunden. Neben der Information über Arbeitsplatzangebote kommen u. a. auch Experten unterschiedlicher Fachgebiete zu Wort. • Der Umfang des gesendeten Programms und der Musik-Mix aus deutschen Schlagern und internationalen Oldies werden beibehalten. Künstler aus Sachsen werden ebenso gefördert wie Produktionen aus dem Freistaat. • Das gesamte redaktionelle Wort steht unter der Maxime „Aktualität". Die Hörer sollen dadurch grundsätzliche, schnelle und zweckmäßige Orientierung für den Alltag erhalten. Landesthemen sowie die Darstellung von Ereignissen und Sachverhalten aus sächsischer Sicht haben dabei stets Vorrang. • An den gesplitteten Regionalsendungen mit einem Gesamtvolumen von jährlich ca. 100.000 Minuten wird weiter festgehalten. • Der Rückblick auf 20 Jahre Friedliche Revolution und deren Folgen bis hin zur Deutschen Einheit werden in den Jahren 2009 und 2010 einen Großteil des Programms prägen. • Qualifizierte Redakteure und Berichterstatter bürgen weiterhin für Verlässlichkeit, Glaubwürdigkeit und Qualität in Inhalt und Form.	**Fakten und Zahlen:** • Mit seiner Ausrichtung als regionales Vollprogramm erreichte MDR 1 RADIO SACHSEN im Tagesdurchschnitt 1,007 Millionen Hörer; es lag 10 Prozentpunkte vor dem nächstplatzierten Radio PSR. • Neben dem klassischen Radioempfang haben sich Internet-Nachhör- und PodCast-Angebote im Ratgebersektor ebenso etabliert, wie die verstärkte Einbeziehung von Hörern via E-Mail in den aktuellen Sendeablauf. • Innerhalb des Berichtszeitraumes orientierte sich die Musikfarbe von MDR 1 RADIO SACHSEN an einem Mix aus deutschen Schlagern (60 Prozent) und internationalen Oldies (40 Prozent). • Der Anspruch der „Aktualität" konnte mit der Einführung der Hörmobile deutlich erhöht werden. Die regionale und subregionale Ausstrahlung erfolgt nun mit verbesserter Technik. Aktualität „rund um die Uhr" konnten die Reporter bei Naturkatastrophen im Mai und August 2010 unter Beweis stellen. • Jeweils 26.700 Sendeminuten steuerten die vier Regionalstudios Bautzen, Chemnitz, Dresden und Leipzig jährlich bei. • Die Jubiläen 20 Jahre Friedliche Revolution und Wiedervereinigung wurden in Stundensendungen und über 100 Einzelbeiträgen sowie zum „Leipziger Lichterfest" am 9. Oktober 2009 für die Radioprogramme der ARD thematisiert. • Die permanente interne Auswertung der Sendungen und Fortbildungsangebote sicherten die journalistische Qualität.

• Präsentationen des Senders bei musikalischen, sportlichen und regionalen Großereignissen sollen genutzt werden, um MDR 1 RADIO SACHSEN live erlebbar zu machen, den Kontakt zu Hörern zu festigen und neue Zielgruppen zu erschließen.	• Die Begleitung sportlicher Großereignisse, zum Beispiel der Olympischen Winterspiele aus dem Sächsischen Haus in Vancouver oder durch das Public-Viewing in Chemnitz, steigerte die Attraktivität des Programms.
1.1.2 MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT Wichtigste Aufgabe für MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT ist im Zeitraum 2009/2010 die stärkere Ausschöpfung des Hörerpotenzials. Im Jahr 2009 betrug die Tagesreichweite bisher 18,8 Prozent. Die regionale Kompetenz des Senders hat in der Radiolandschaft Sachsen- Anhalts „Leuchtturmcharakter". Auch die mehrmals täglich ausgestrahlten gesplitteten Sendungen aus den Regionalstudios tragen zur Hörerbindung bei. Darüber hinaus wurde durch die Recherche eigener Themen die inhaltliche Qualität der regionalen Berichterstattung stetig ausgebaut. Gleichzeitig will das Landespogramm durch den Einsatz eines „Hörmobils" seine Präsenz vor Ort deutlich stärken. Mit einer kostengünstigen und einfachen Übertragungstechnik wird es möglich sein, aktuell und live aus dem ganzen Land zu berichten. Den starken Informationscharakter unterstreicht MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT in den Jahren 2009/2010 mit Schwerpunktsendungen und –reihen zu den Kommunal-, Europa- und Bundestagswahlen sowie zu „20 Jahre Friedliche Revolution", zur Internationalen Bauausstellung in Sachsen-Anhalt und zum 20. Jahrestag der Neugründung des Landes Sachsen-Anhalt nachhaltig.	**1.1.2 MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT** MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT konnte laut der MA 2010/II seine Position weiter ausbauen und mit 23,2 Prozent Tagesreichweite den zweiten Platz unter den Hörfunkprogrammen des Landes weiter festigen. Damit schalteten 512.000 Hörerinnen und Hörer in Sachsen-Anhalt den MDR-Heimatsender täglich ein. Aktuell wird eine Optimierung im Musik- und Wortbereich vorgenommen, um neue Hörergruppen im Alterssegment von 50 bis 59 Jahren zu erreichen. Aktuelle Ereignisse, wie 2009 der Erdrutsch in Nachterstedt sowie 2010 das Hochwasser in weiten Landesteilen, fanden in Sonderformaten und im eigens eingeführten „Tagesreport-spezial" ihren Niederschlag und unterstreichen damit auch den starken Informationscharakter von MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT. Radio-Serien wie „Sachsen-Anhalt '89 – Die unbekannten Geschichten der Wende" und „Sachsen-Anhalt '90 – Bewegende Geschichten aus dem Einheitsjahr" wurden auch gemeinsam mit der Landeszentrale für politische Bildung auf CD für ein politisch interessiertes Publikum veröffentlicht.
Ziele und Ausblick: • Mit einer Doppelstrategie soll das Stammpublikum von MDR 1 RADIO SACHSEN ANHALT an das Programm gebunden und gleichzeitig neue Hörer hinzugewonnen werden. Dafür sind die Ausweitung der Regionalisierung und der Ausbau der Serviceleistungen vorgesehen. • Der Umfang des gesendeten Programms wird auch für die Jahre 2009/2010 garantiert. • Das Sendevolumen der regionalen Splittung von knapp 28.000 Minuten pro Jahr wird beibehalten.	**Fakten und Zahlen:** • MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT konnte sein Stammpublikum halten und 2010 einen Zugewinn an Tagesreichweite und Hörern ausweisen. Der angestrebte Zugewinn in der Altersklasse 50 bis 59 konnte hingegen noch nicht zufriedenstellend erreicht werden. • Der Umfang des gesendeten Programms wurde beibehalten. Bei aktuellen Ereignissen wurde ein „Tagesreport spezial" um 18:00 Uhr eingefügt. • Die Regionalsplittung wurde im Programm von MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT mit ca. 28.000 Minuten p.a. fortgeschrieben.

• Mit einem Schnellreportagewagen soll die Präsenz vor Ort und damit auch die „hörbare Regionalität“ deutlich erhöht werden. Damit will das Landesprogramm auch die Identifikation der Bevölkerung mit der Region weiter vertiefen. • Neben den Wahlen im Jahr 2009 wird sich MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT verstärkt mit der Thematik „20 Jahre Friedliche Revolution“ befassen. Begleitend zu diesem Projekt soll unter dem Titel „Sachsen-Anhalt ´89 – Die unbekannten Geschichten der Wende“ eine CD entstehen. • Eine bereichsübergreifende Projektgruppe soll Vorschläge zu Imagesteigerung und Akzeptanzerhöhung erarbeiten. • Eine medienübergreifende Rechercheredaktion soll für die Programme exklusive Themen und Meldungen beisteuern. Dadurch will sich das Landesfunkhaus Sachsen-Anhalt stärker als Informationsquelle für die eigenen Programme aber auch für die Nachrichtenlandschaft des Bundeslandes profilieren. • Mit einem „Hörer-Kontakt-System“ will MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT intensiver und vielfältiger als bisher auf die Fragen, Bedürfnisse, Interessen und Erwartungen der Zuhörer eingehen.	• Mit dem „Hörmobil“ reagierte das MDR 1-Landesprogramm nicht nur auf aktuelle Ereignisse, sondern setzte eigene Schwerpunkte wie z. B. mit Touren durch „Die schönsten Ecken Sachsen-Anhalts“ oder mit einer Grenzreise mit NDR 1-Radio anlässlich des Jahrestages des Mauerfalls und der Wiedervereinigung. • Schwerpunkte waren neben den Wahlen die zahlreichen Jubiläen, wie das Festjahr „800 Jahre Magdeburger Dom“. Die Berichterstattung anlässlich der Jahrestage „Friedliche Revolution“ und „Wiedervereinigung“ haben die besondere Kompetenz des Landesfunkhauses erneut unterstrichen. • Ein Ergebnis der Projektgruppe war die „Mann-o-Mann-Tour“, eine Aktion von Radio, Fernsehen und Online des Landesfunkhauses. • Die medienübergreifende „PRO-Redaktion“ (Planung/ Recherche/ Online) hat im Berichtszeitraum 311 Themenvorschläge recherchiert. Davon fanden 280 ihren Niederschlag in den Hörfunk- und Fernsehprogrammen sowie im Internet-Angebot des Landesfunkhauses. • Das „Hörer-Kontakt-System“ soll nach aktuellem Stand im ersten Quartal 2011 schrittweise eingeführt werden.
1.1.3 MDR 1 RADIO THÜRINGEN Mit einer Tagesreichweite von 23,3 Prozent erreichte MDR 1 RADIO THÜRINGEN in 2009 einen Spitzenplatz in der Radiolandschaft des Freistaates. Schwerpunkt für das Landesprogramm ist die regionale Berichterstattung. Daneben gibt es Informationen aus Deutschland und der Welt. Basis des regionalen Informationsangebots sind die zehn Regionalstudios und Korrespondentenplätze. Sie steuern exklusive Informationen bei. Die Informationskompetenz von MDR 1 RADIO THÜRINGEN zeigt sich am hohen Stellenwert der Aktualität im Programm. Ausdruck dessen ist das umfangreiche tägliche Nachrichtenangebot. Die „Vor-Ort“-Kompetenz wird durch den Einsatz eines Schnellreportagewagens zusätzlich gestärkt. Besondere Ereignisse in den Jahren 2009/2010 sind Kommunal-, Landtags-, Bundestags- und Europawahlen. Hinzu kommen Sondersendungen zu 20 Jahre	**1.1.3 MDR 1 RADIO THÜRINGEN** In der Media Analyse 2010/II konnte MDR 1 RADIO THÜRINGEN seinen Spitzenplatz mit einer Tagesreichweite von 24,6 Prozent weiter ausbauen. 2010 schalteten bundesweit 603.000 Hörer pro Tag den Heimatsender ein. Einer Studie der Thüringer Landesmedienanstalt zufolge ist es MDR 1 RADIO THÜRINGEN gelungen, den Landesbezug in der Berichterstattung weiter auszubauen und sich damit von seinen Mitbewerbern abzusetzen. Hauptinhalt des Hörfunkangebotes waren deshalb regionale Themen, die auch zur zeit- und ortsunabhängigen Nutzung Online verfügbar gemacht wurden. Basis des regionalen Informationsnetzes waren die zehn Regionalstudios und Korrespondentenplätze, unterstützt durch den Schnellreportagewagen des Senders. Schwerpunkte der Berichterstattung 2009/2010 waren u. a. die Kommunal-, Landtags-, Bundestags- und Europawahlen, 20 Jahre Fried-

Friedliche Revolution, 60 Jahre Grundgesetz, 90 Jahre Weimarer Verfassung, 90 Jahre Bauhaus und 800 Jahre Greiz. Die Musik ist ein prägender Teil des Programms von MDR 1 RADIO THÜRINGEN. Ein hoher Anteil des Musikangebots besteht aus deutschsprachigen Titeln. In Studien werden die musikalischen Präferenzen der MDR 1 RADIO THÜRINGEN-Zielgruppe erforscht. Ein wichtiges Instrument der Hörerbindung sind MDR-Aktionen, wie der OSTERSPAZIERGANG und die SOMMERNACHTSBÄLLE, oder Programmaktionen, wie FRÜHSTÜCK FÜR EIN GANZES DORF. Diese identitätsstiftenden Angebote sollen auch neue Hörer an das Radio binden.	liche Revolution, 60 Jahre Grundgesetz, 90 Jahre Weimarer Verfassung, 90 Jahre Bauhaus in Weimar und 800 Jahre Greiz. MDR 1 RADIO THÜRINGEN war in den vergangenen zwei Jahren mit seinem melodiösen schlager- und oldiebasierten Musikprogramm in der Zielgruppe der über 50-Jährigen sehr erfolgreich. Neben den für die Hörerbindung wichtigen MDR-Außenaktionen, wie der „Osterspaziergang“ und die „Sommernachtsbälle“, waren Programmaktionen zusammen mit dem MDR FERNSEHEN wie beispielsweise beim Feuerwehrwettstreit „Wenn der Rost brennt“, in besonderem Maße identitätsstiftend.
Ziele und Ausblick: • MDR 1 RADIO THÜRINGEN will seine Position im journalistischen Wettbewerb ausbauen und weiter festigen. Der medienübergreifenden Recherche- und Contentredaktion kommt hierbei die Aufgabe zu, exklusive Informationen und Meldungen für das Programm beizusteuern. • Das Landesprogramm garantiert rund um die Uhr verlässliche sowie gut recherchierte Fakten und Hintergründe über alle Themen aus Politik, Kultur, Wirtschaft und Sport, die im öffentlichen Informationsinteresse liegen. Die Redaktion legt künftig großen Wert auf eine noch breitere Vielfalt an publizistischen Beitragsformen. Die Qualitätsstandards werden durch interne und externe Maßnahmen einer ständigen Überprüfung unterzogen und weiterentwickelt. • Um die Wortbeiträge pointiert und unter Berücksichtigung der Tagesgewohnheiten der Hörer zu präsentieren, wird MDR 1 RADIO THÜRINGEN sein Programmangebot weiter optimieren und sein Profil gegenüber Wettbewerbern schärfen. • Auch Ratgeberformate zählen zur Informationskompetenz von MDR 1 RADIO THÜRINGEN. Mit zahlreichen Beiträgen und Rubriken, wie DER REDAKTEUR, beantwortet das Radio Fragen seiner Hörer in verständlicher Weise. Diese wichtige Orientierungshilfe wird weiter gewährleistet.	**Fakten und Zahlen:** • MDR 1 RADIO THÜRINGEN sieht sich in seiner Programmstrategie, mit sogenannten Nahraumthemen jüngere Hörerschichten anzusprechen, bestätigt. Durch die medienübergreifende Recherche- und Contentredaktion konnte sich das Radio als journalistisch zuverlässiger Informationsträger auch bei anderen Medienanbietern qualifizieren. • Das Landesprogramm hat den Anteil seiner redaktionellen Wortbeiträge weiter ausgebaut und beispielsweise zusätzliche Programmelemente wie O-Töne und Korrespondentengespräche in die Morgensendungen eingebaut. Hinzu kamen Gestaltungselemente wie regionale Moderatoren-Gespräche, die die publizistische Vielfalt weiter steigerten. Dies erfolgte unter Begleitung und Steuerung durch interne und externe Kritik. • Größten Wert legte die Redaktion auf die hohe Qualität ihrer Wortberichterstattung. Um das Profil weiter zu schärfen, wurde die regionale Gewichtung an Themen optimiert und die regionale Splittung verbessert. • Wichtiger Bestandteil im Programm von MDR 1 RADIO THÜRINGEN waren die täglichen Ratgeberformate. Antworten auf Höreranfragen gaben Hinweise und Orientierungshilfe. Auch kontroverse Themen wie „Ruiniert der Aufbau Ost die alte Bundesrepublik“ wurden mit Experten verständlich erörtert.

• Identitätsstiftende Aktionen, z. B. DER THÜRINGER DES MONATS/JAHRES oder THÜRINGENS TOLLSTER LEHRER werden weiterentwickelt und im Programm verankert.	• Off-Air-Aktivitäten im ganzen Land und identitätsstiftende Aktionen wie der „Tag der offenen Tür", der „Thüringer des Jahres" oder „Thüringens tollster Lehrer" förderten nachhaltig die Höreranbindung ans Programm.
1.1.4 MDR INFO – Das Nachrichtenradio MDR INFO ist das meistgehörte Nachrichtenradio in Mitteldeutschland. In einer schnelllebiger gewordenen Welt suchen die Menschen nach Information, Einordnung und Orientierung. Diesem Bedürfnis trägt das Nachrichtenteam des zentralen MDR-Hörfunks in vollem Umfang Rechnung. 24 Stunden täglich – inzwischen auch als feste Größe über das Sendegebiet hinaus – informiert MDR INFO aktuell, seriös und zuverlässig über das relevante Geschehen aus Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur. Das MDR-Nachrichtenradio spiegelt nicht nur die Ereignisse wider und lotet ihre Bedeutung für die Menschen in Mitteldeutschland aus, sondern schreibt durch seine Interviews auch die Meldungslage fort und sorgt damit für wichtige Diskussionsansätze auf dem tagespolitischen Parkett.	**1.1.4 MDR INFO – Das Nachrichtenradio** MDR INFO hat seine Ziele im Berichtszeitraum erreicht. Das Programm konnte seine Stellung als meistgehörtes Nachrichtenradio in Mitteldeutschland behaupten. 24 Stunden pro Tag wurde das relevante Geschehen in Politik, Wirtschaft, Bildung, Kultur und Sport gespiegelt. Ein Schwerpunkt lag dabei auf der besonderen Relevanz der Nachrichten aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, die durch nationale und internationale Nachrichten und Beiträge komplettiert wurden. Darüber hinaus wurde durch Interviews und selbstrecherchierte Berichte die Meldungslage fortgeschrieben. Zugleich sorgte MDR INFO damit für wichtige Diskussionsansätze auch über Mitteldeutschland hinaus.
Ziele und Ausblick: • MDR INFO will seinen Stellenwert als meist eingeschaltetes Nachrichtenradio im Sendegebiet verteidigen. • Auf der Basis von jährlich ca. 44.000 Beiträgen will die Welle an ihrer Sendephilosophie festhalten und umfassend über das aktuelle Geschehen in der Welt, Europa, Deutschland und den Ländern berichten. • Das Nachrichtenradio will sich auch in den kommenden Jahren aktiv an der politischen Meinungsbildung und dem gesellschaftlichen Diskurs beteiligen. MDR INFO setzt sich hierbei eine Zielmarke von mindestens 3.000 Radiointerviews pro Jahr. Ergänzend dazu will sich der Sender mit selbstrecherchierten Beiträgen als Nachrichtenquelle noch stärker profilieren. • 20 Prozent des Programms sollen sich unmittelbar auf das Sendegebiet beziehen. Eigene Korrespondenten in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen sind der Garant für Schnelligkeit und Kompetenz vor Ort.	**Fakten und Zahlen:** • MDR INFO hat laut der Media Analyse 2010/II seine Position als meist gehörtes Nachrichtenradio in Mitteldeutschland verteidigt. • Mit 43.000 eingesetzten Beiträgen im Jahr 2009 und voraussichtlich mehr als 44.000 in 2010 wurde das angestrebte Ziel einer umfassenden Berichterstattung absolut erreicht. • Das MDR-Nachrichtenradio hat seine Position als Plattform der politischen Meinungsbildung weiter ausgebaut. Die gesetzte Zielmarke wurde mit 3.500 Radiointerviews im Jahr 2009 und einer vergleichbaren Anzahl 2010 deutlich übertroffen. Mit zahleichen selbstrecherchierten Beiträgen wurde das Profil als „eigene Agentur" in der Medienlandschaft geschärft. • Mehr als 22 Prozent der Beiträge hatten einem unmittelbaren Bezug zu Mitteldeutschland. Die Basis für diese regionale Prägung legten eigene Korrespondenten und Kooperationen mit den MDR 1-Programmen.

• MDR INFO wird auch in den kommenden Jahren für MDR FIGARO, MDR KLASSIK, MDR SPUTNIK und das Nachtprogramm der MDR-1-Landesprogramme die Nachrichtenversorgung sicherstellen. Das Nachtprogramm von MDR INFO steht auch weiterhin HR, BR und SWR zur Übernahme zur Verfügung. • Auch künftig wird MDR INFO die Wetterinformationen für alle Hörfunkprogramme des MDR und für die Fernsehbereiche der Landesfunkhäuser koordinieren und je nach Präsentationsform weiterentwickeln.	• MDR INFO hat im Berichtszeitraum die Programme von MDR FIGARO, MDR KLASSIK und MDR SPUTNIK sowie die MDR 1-Nachtprogramme zuverlässig mit Nachrichten versorgt. BR und SWR übernahmen das live moderierte Nachtprogramm von MDR INFO. Der HR übernimmt im Zuge einer dortigen Programmreform das MDR-Programm in der Nacht nicht mehr. • MDR INFO liefert die Wetterinformationen für den gesamten MDR-Hörfunk sowie für die Fernsehbereiche der Landesfunkhäuser und koordiniert die Weiterentwicklung.
1.2 Kernkompetenz Kultur Die Hörfunkprogramme des MDR spiegeln in vielfältiger Weise Entwicklungen, Ereignisse und Personen des kulturellen Lebens in Mitteldeutschland und darüber hinaus wider. Kultur ist im MDR nicht an geographische Grenzen gebunden. Sie hat des Weiteren in vielen Sendungen ihren Platz, sei es im Kulturradio MDR FIGARO, den Kulturmagazinen der MDR 1-Landesprogramme, den Trend- und Szeneberichten der MDR-Pop-Welle JUMP oder im Jugendradio MDR SPUTNIK. Kernkompetenz Kultur bedeutet nicht nur die Abbildung der Hochkultur im Programm, sondern die Reflektion des gesamten kulturellen Lebens in Mitteldeutschland. Der MDR berichtet in seinen Programmen jedoch nicht nur über Kultur, sondern er ist selbst Produzent und Veranstalter von Kultur. Hier sind an erster Stelle die drei MDR-Klangkörper zu nennen. Diese Funktion als Kulturträger ist unentbehrlich. Das Sinfonieorchester, der weltweit geschätzte Rundfunkchor und der innerhalb der öffentlich- rechtlichen Rundfunkanstalten Deutschlands einzigartige Kinderchor sind hierbei wichtige Elemente der Musiklandschaft.	**1.2 Kernkompetenz Kultur** Die Kulturberichterstattung im MDR-Hörfunk hat im Berichtzeitrum überzeugt. So konnte das Kulturradio MDR FIGARO 2010 erstmals den Spitzenplatz unter den ARD-Radiokulturprogrammen einnehmen. Darüber hinaus ist MDR FIGARO eines der „jüngsten“ innerhalb der ARD. Bei den 20- bis 39-Jährigen betrug der Zuwachs 39 Prozent im MDR-Sendegebiet. Kultur ist Programm. Damit hatte auch dieses Genre seinen Platz in den Kulturmagazinen und den Tagessendungen der MDR 1-Landesprogramme. Darüber hinaus fand Kultur auch angemessenen Eingang in die Massenprogramme: Beispielsweise bei „Trends und Szene“ in der Pop-Welle JUMP oder im Jugendradio MDR SPUTNIK. Neue Wege gehen auch die Klangkörper des MDR. Um junge Menschen für das Musikangebot des Sinfonieorchesters, des Rundfunk- und Kinderchors zu gewinnen und zu begeistern wurde die Internetplattform „myMDR-Klassik.de“ geschaffen.
1.2.1 MDR FIGARO – Das Kulturradio MDR FIGARO ist das kulturelle Aushängeschild des MDR-Hörfunks. Das Kulturradio bündelt als Vollprogramm alle Elemente des kulturellen Lebens in Mitteldeutschland. MDR FIGARO folgt in seinem Tagesprogramm einem	**1.2.1 MDR FIGARO – Das Kulturradio** MDR FIGARO spiegelte als Vollprogramm und kulturelles Aushängeschild des MDR-Hörfunks die kulturelle Vielfalt Mitteldeutschlands wider. Hierbei bündelte MDR FIGARO das kulturelle Leben und Schaffen in Mitteldeutsch-

erweiterten Kulturbegriff. Mit Magazinen, Diskursen, Nachrichtenfeuilletons und Kulturinfos aber auch mit der journalistischen Betrachtung von Alltagsaspekten will das Kulturradio verlässlicher und verständlicher Begleiter für seine Hörer sein. Am Abend und am Wochenende setzt die Welle auf hochwertige Musik und Wortsendungen. Neben dem Kulturellen Wort und dem Künstlerischen Wort mit seinem breiten Repertoire an Hörspielen, Features und Lesungen ist die Musik wichtiges Programmelement. Einerseits sieht sich das Kulturradio in der Pflicht, mit Originalübertragungen und exklusiven Aufzeichnungen die vielfältige und traditionsreiche Musikszene Mitteldeutschlands und der dortigen leistungsstarken Klangkörper zu dokumentieren. Andererseits soll mit eigenproduzierten Mitschnitten der musikalische Nachwuchs gefördert werden. Mit Kindersendungen und Angeboten für die ganze Familie leistet das Kulturradio bereits heute einen aktiven Beitrag dazu.	land und spannte dabei den inhaltlichen Bogen von der Alltags- bis zur Hochkultur. Die letzten Ergebnisse aus der Media Analyse 2010/II belegen, dass MDR FIGARO auf dem richtigen Weg ist, neue Kulturinteressierte für das Medium zu begeistern. Dazu tragen auch Kindersendungen und Angebote für die ganze Familie bei. Seinem identitätsstiftenden Anspruch, die vielfältige und traditionsreiche Musiklandschaft in Mitteldeutschland widerzuspiegeln und zu ihrer internationalen Verbreitung beizutragen, hat MDR FIGARO entsprochen. Sein Selbstbewusstsein als modernes und breit gefächertes Kulturprogramm stellte MDR FIGARO auch im neuen Kommunikationsauftritt unter dem Motto „Kultur und gut“ dar. Dieses neue und augenfällige Erscheinungsbild des MDR-Kulturradios ist inzwischen auf Internetseiten, Drucksachen und Plakaten sowie Anzeigen zu sehen. Durch die Einführung von „Classic in Concert“ und „Folk in Concert“ hat MDR FIGARO auch seine Kulturkompetenz im Internet auf eine breitere Basis gestellt.
Ziele und Ausblick: • MDR FIGARO hält an seinem Langfristziel fest, dauerhaft zu den drei reichweitenstärksten ARD-Kultur-Wellen zu zählen und gleichzeitig den bisherigen Trend zu jüngeren Hörern zu festigen. • Das journalistische, künstlerische und musikalische Angebot wird auch weiterhin sichergestellt. Das Ziel, die journalistische Qualität zu steigern und damit auch die Durchhörbarkeit zu steigern, bleibt aktuell. • Religion und Glaube haben durch regelmäßige Übertragungen von Gottesdiensten, Beiträge über Kirche, Religionsgemeinschaften und ethische Grundsatzfragen weiterhin ihren festen Platz im Programm des Kulturradios. • MDR FIGARO spiegelt auch künftig das breite Angebot der unterschiedlichen Musikrichtungen wider. So wird u. a. die Folk- und Jazzszene mit Konzertübertragungen und Magazinbeiträgen dokumentiert. • Das Kulturradio engagiert sich auch in den kommenden Jahren als Partner der Leipziger Buchmesse. MDR FIGARO unterstützt auch Medien- und Kunstpreise, z. B. den Kinderhörspielpreis des MDR-Rundfunkrates. Das Kulturradio wird seinen renommierten und	**Fakten und Zahlen:** • Das sogenannte Langfristziel wurde erreicht. Laut MA 2010/II erzielte MDR FIGARO mit 3,3 Prozent seine bisher beste Tagesreichweite und nimmt damit den 1. Platz unter den Kulturprogrammen der ARD ein. • Nach der Reform der Tagesstrecken startete das MDR-Kulturradio im Februar 2010 mit einem überarbeiteten Abend- und Wochenendprogramm. Darüber hinaus widmet MDR FIGARO seiner Web-2.0-Community „meinFIGARO“ den Samstagnachmittag. • Mit der Sendung „Sinn und Glaubensfragen“ am Samstagnachmittag wurde das Angebot an Beiträgen über Kirche, Religionsgemeinschaften und ethische Grundsatzfragen erweitert. • MDR FIGARO war erstmals Gastgeber des Folklorefestivals der Europäischen Rundfunkunion. Nach der Reform des Abendprogramms wird nunmehr auch eine Konzertfläche für hochwertige Rock-, Pop- und Jazzmusik geboten. • Turnusgemäß wurde der Kinderhörspielpreis des MDR-Rundfunkrates im Rahmen der Leipziger Buchmesse 2010 verliehen. Neben seinem Engagement auf der Buchmesse konnte MDR FIGARO im Rahmen seines Literaturwettbewerbs jährlich mehr als 2000 eingesandte Kurzge-

deutschlandweit bekannten Literaturpreis weiter ausschreiben. • MDR FIGARO wird 2009 erstmals die Preisverleihung zum SALZBURGER STIER ausrichten, dem renommiertesten Radiopreis für Kabarett und Kleinkunst im deutschsprachigen Raum. • Kinder- und Jugendsendungen werden im Programm mit mehr als 3.000 Sendeminuten pro Jahr vertreten sein. Dazu gehören auch weiterhin die erfolgreichen Kinderhörspiele. • MDR FIGARO plant für 2009/2010 umfangreiche Programmschwerpunkte zu Jahrestagen und Jubiläen, z. B. zu 20 Jahre Friedliche Revolution, 600 Jahre Gründung der Leipziger Universität, 300 Jahre Meissner Porzellan-Manufaktur sowie zu Geburts- und Todestagen, wie 250. Geburtstag Friedrich Schillers, 200. Geburtstag Robert Schumanns, 150. Geburtstag Gustav Mahlers, 150. Todestag Arthur Schopenhauers und 100. Todestag Leo Tolstois. • Mit seinen Hörbüchern will das MDR-Kulturradio jüngere Zielgruppen ansprechen und sie für MDR FIGARO begeistern.	schichten bewerten. Die Zuschriften kamen aus 24 Ländern. Nach dem Wettlesen gingen die Preisträger auf Lesereise durch Mitteldeutschland. • MDR FIGARO war 2009 Gastgeber des „Salzburger Stiers". Mit Live-Übertragungen aus dem Erfurter Kaisersaal verhalf das Kulturradio den deutschsprachigen Kabarettproduktionen zu stärkerer Präsenz. • Ergänzt wurden die Kindersendungen „Figarino" und „Kinderhörspiel" mit einem neuen Online-Angebot. Der Figarino-Webchannel bringt rund um die Uhr Beiträge, Reportagen und spannende Geschichten. • Wichtige Schwerpunkte waren 20 Jahre Friedliche Revolution und Wiedervereinigung. In enger Zusammenarbeit mit dem MDR FERNSEHEN und MDR.DE gab es dazu Serien, Hörspiel- und Featureproduktionen. Am 9. Oktober 2009 sendete MDR FIGARO ganztägig von den Feierlichkeiten zu den Montagsdemonstationen. Auch die anderen Jubiläen fanden ihren Niederschlag im laufenden Programm, wie auch die Aktivitäten rund um die „Kulturbrücke Kaliningrad". • 2010 wurden zwei hochwertige MDR-Hörspielproduktionen mit renommierten Preisen, insbesondere dem Prix Italia und dem Deutschen Hörspielpreis der ARD, ausgezeichnet. Erstmals veranstaltete MDR FIGARO die „ARD-Hörspieltage" gemeinsam mit RBB und SWR.
1.2.2 MDR Klangkörper Die MDR KLANGKÖRPER sehen es als eine wichtige Aufgabe an, neues Publikum an die klassische Musik heranzuführen. Mit diesem Engagement eng verbunden ist die Entwicklung innovativer und neuer Konzertreihen, um das Interesse „klassikferner" Menschen zu gewinnen. Die Klangkörper streben in den nächsten Jahren eine stärkere Zusammenarbeit mit den auch national und international bekannten Orchestern und Bühnen im Sendegebiet an, um nicht nur Synergien zu schaffen, sondern gemeinsam mit den Partnern an der Weiterentwicklung der vielfältigen Musiklandschaft zu arbeiten. Die MDR KLANGKÖRPER mit ihren drei Säulen Sinfonieorchester, Rundfunkchor und Kinderchor sehen sich als wichtigen Bestandteil des MDR und streben eine stärkere Präsenz, insbesondere im Fernsehen, an.	**1.2.2 MDR Klangkörper** Die Jahre 2009 und 2010 standen bei den Klangkörpern des MDR unter dem erklärten Ziel, ein neues Publikum an die Klassik heranzuführen und gerade auch jungen Menschen die Möglichkeit zu bieten, diese Musik kennenzulernen. Neue Partner haben Kooperationen eröffnet, die die Basis sein werden für eine bessere Vernetzung im Sendegebiet. Schulen in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen haben bereits intensiven Kontakt mit den professionellen Musikern und Sängern des MDR bekommen und oftmals begeisterte Rückmeldungen gegeben. Darüber hinaus künden Einladungen zu den Einheitsfeiern in den Deutschen Bundestag, zu Opernfestspielen in Rotterdam, zu Konzerten nach Amsterdam, Katar und Polen vom Renommee der MDR KLANGKÖRPER auch im internationalen Vergleich. Herausragend dabei war die „Kulturbrücke Kaliningrad".

Ziele und Ausblick: • Die MDR KLANGKÖRPER entwickeln neue Konzertformen sowie innovative Konzertreihen und Darstellungsformen. Sie planen auch, ihren Internetauftritt in Richtung Interaktivität weiterzuentwickeln. • Sie haben das Ziel, ein Musiknetzwerk für Kinder und Jugendliche aufzubauen, das es den Schulen im Sendegebiet ermöglicht, Musik auf höchstem Niveau unmittelbar und nachhaltig erlebbar zu machen. • In den kommenden Jahren streben die MDR KLANGKÖRPER stärkere Kooperationen mit Orchestern, Bühnen, Musikveranstaltern und Festivals an. Der MDR MUSIKSOMMER dient dabei als Basis für eine bessere Zusammenarbeit mit den Musikanbietern und Festspielen in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. • Orchester und Chöre des MDR wollen noch stärker als bisher auf die einzelnen Programme des Senders zugehen und gemeinsam mit ihnen Formate entwickeln, die das Programm in Hörfunk und Fernsehen bereichern.	**Fakten und Zahlen:** • Über die Internetplattform „myMDR-Klassik.de“ haben vor allem Kinder und Jugendliche die Möglichkeit bekommen, sich intensiv auszutauschen und sich mit „ihrer Klassik“ zu präsentieren. • Die Angebote für junge Menschen wurden massiv erweitert: Proben- und Konzertbesuche, Schultouren der MDR KLANGKÖRPER, günstige Karten sowie der Familientag beim MDR MUSIKSOMMER. • Der MDR MUSIKSOMMER ist Kooperationen mit Städten, Konzertreihen und Musikfestivals eingegangen und konnte seine Stellung im Sendegebiet weiter ausbauen. Die örtliche Verteilung der Konzerte ist noch besser ausgewogen und soll sich zu einem flächendeckenden Netz entwickeln. • Die Zusammenarbeit mit dem MDR FERNSEHEN wurde intensiviert. Mit vielen Programmbereichen konnten interessante gemeinsame Projekte geplant werden, so u. a. das Gastkonzert im Königsberger Dom im Rahmen der „Kulturbrücke Kaliningrad“.
1.2.3 MDR KLASSIK – Das Digitalradio Das Digitalradio bündelt eine hohe Klangqualität mit multimedialen Zusatzdiensten. Der MDR betreibt seit 2002 eine Datenplattform für die vielfältigen digitalen Anwendungen im Klassiksegment. Im Kontrast zu vergleichbaren Programmen ist u. a. die Ausstrahlung von kompletten Werken der klassischen Musikliteratur mit tageweise wechselnden Genres vorgesehen.	**1.2.3 MDR KLASSIK – Das Digitalradio** Mit dem 2002 gestarteten DAB-Pilotprojekt besitzt der MDR eine zuverlässige und entwicklungsfähige Datenplattform für die vielfältigen digitalen Anwendungen im Klassiksegment. Das Digitalradio bündelt eine hohe Klangqualität mit multimedialen Angeboten und Zusatzdiensten.
Ziele und Ausblick • Schrittweise soll das Frühprogramm journalistisch mit Beiträgen aus Politik, Kultur, Wissenschaft, Forschung und Religion ausgeweitet werden. • Auf Initiative von MDR KLASSIK wird das Beitragstauschprogramm zu einer Plattform für redaktionsübergreifende redaktionelle Zusammenarbeit weiterentwickelt.	**Fakten und Zahlen:** • Um der zunehmenden Akzeptanz Rechnung zu tragen, wurden Übernahmen von MDR FIGARO durch Eigenproduktionen wie „Highlights aus dem Konzertsaal“ und dem „Sonntagskonzert“ ersetzt. • Das publizistische Angebot von MDR KLASSIK wurde durch die Einführung und praxisnahe Erprobung des Beitragsaustauschsystems „MDR MediaPool“ weiter qualifiziert.

• Die Erfahrungen und das Know-how von MDR KLASSIK werden in künftige Projekte einfließen.	• MDR KLASSIK unterstützt aktiv die Erarbeitung einer ARD-Hybridstrategie und den Neustart des Digitalradios im Standard DAB.
1.2.4 Kultur in den MDR 1-Landesprogrammen Ein wichtiger Bestandteil der als Vollprogramm ausgestrahlten MDR-1-Landesprogramme ist die Berichterstattung über das kulturelle Leben. Der Löwenanteil dieser Kulturangebote findet sich täglich in den Programmen von MDR 1 RADIO SACHSEN, MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT, MDR 1 RADIO THÜRINGEN und auch in den ausgewiesenen Fach- sowie Sondersendungen. Eine Besonderheit bildet hierbei das Programm der sorbischsprachigen Redaktion aus dem MDR-Studio Bautzen und die Sendung KULTURNACHT von MDR 1 RADIO THÜRINGEN.	**1.2.4 Kultur in den MDR 1-Landesprogrammen** Analog zu MDR FIGARO sehen auch die MDR 1-Landesprogramme den Kulturbegriff im Wandel. Große Ereignisse wurden trimedial geplant und realisiert. Insbesondere bei der Berichterstattung rund um die Jubiläen 20 Jahre Friedliche Revolution und Wiedervereinigung zeigte sich erfolgreich diese Programmverzahnung. Der Großteil der Themen, die sich mit dem kulturellen Leben der Region befassen, findet sich in den täglichen Programmangeboten von MDR 1 RADIO SACHSEN, MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT und MDR 1 RADIO THÜRINGEN.
Ziele und Ausblick: • Im Programm von MDR 1 RADIO SACHSEN spielt die Leipziger Buchmesse weiterhin eine herausragende Rolle. Hier ist der Heimatsender mit eigenen Programmschwerpunkten aktiv. Kulturelle Schwerpunktthemen sind 2009 das Jubiläum 600 Jahre Universität Leipzig und das Thema Beutekunst. • Das Programmangebot in sorbischer Sprache von rund 84.000 Minuten pro Jahr wird weiter gewährleistet. Neben dem werktäglichen Frühprogramm werden auch künftig verstärkt Angebote für Jugendliche ausgestrahlt. An den Wochenenden haben auch weiterhin Übertragungen evangelischer und katholischer Gottesdienste ihren Platz. Die sorbische Sprache, die sorbische Musik und damit auch das sorbische Kulturgut erfahren sowohl in der klassischen UKW Verbreitung als auch im Internet eine intensive Förderung. • Sachsen-Anhalt ist ein Kernland archäologischer Forschung. Dies ist auch ein Schwerpunktthema bei MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT. Der Sender ist 2009 Medien-Kooperationspartner der Landesausstellung AUFBRUCH IN DIE GOTIK in Magdeburg. Im Jahr 2010 wird das	**Fakten und Zahlen:** • Neben den beschriebenen Schwerpunkten, wie Leipziger Buchmesse, 600 Jahre Universität Leipzig und Beutekunst spiegelte sich die kulturelle Vielfalt Sachsens hauptsächlich durch Beiträge im Tagesprogramm, montags im 3-stündigen Kulturmagazin sowie in Sonderaktionen wider, so „Das Sächsische Wort des Jahres“. Dem 300-jährigen Jubiläum der Porzellanmanufaktur Meißen widmete MDR 1 RADIO SACHSEN einen Themenabend und präsentierte weltweite Recherchen „Auf der Suche nach dem Schwanenservice“. • Die sorbischsprachige Redaktion im Studio Bautzen gestaltete werktags ein dreistündiges Frühprogramm. Pro Jahr waren das 84.000 Minuten. Eigene Wort- und Musikproduktionen hatten im Berichtszeitraum wiederum einen wichtigen Anteil an der Bewahrung der sorbischen Kultur. Auf rege Resonanz stieß die Jugendsendung „Satkula“ als Livestream über den Internetauftritt von MDR.DE. • Das MDR LANDESFUNKHAUS SACHSEN-ANHALT war 2009 Medien-Kooperationspartner der Landesausstellung „Aufbruch in die Gotik“. Im Jahr 2010 wurde über die Internationale Bauausstellung umfangreich berichtet. Über die aktuelle Berichterstattung hinaus befasste sich

Landesfunkhaus die Internationale Bauausstellung mit dem Schwerpunkt „Zukunftsweisendes Leben in schrumpfenden Städten“ großflächig begleiten. • Fester Programmbestandteil des Hörfunk-Kulturangebots aus dem Landesfunkhaus Thüringen sind in erster Linie die Magazine MARLENE und KULTURNACHT. Darüber hinaus will der Sender seine Medienpartnerschaften und Präsentationsvereinbarungen, u. a. mit den Erfurter Domstufenfestspielen oder der Kulturarena Jena, als Beitrag zur Stärkung der kulturellen Identität der Region fortsetzen.	die Reportage „Räume für Träume“ mit dem Stadtumbau im Bundesland. Darüber hinaus finden sich eine Vielzahl aktueller Kulturthemen im Tages-Programmangebot von MDR 1 RADIO SACHSEN-ANHALT. • Die halbstündigen regionalen Kulturnachrichten, das Magazin „Marlene“ und die sonntägliche „Kulturnacht“ vermittelten auf MDR 1 RADIO THÜRINGEN einen verlässlichen Überblick über das Geschehen in diesem Genre. Die Medienpartnerschaften insbesondere mit den Erfurter Domstufenfestspielen setzten inzwischen überregionale Akzente und stärkten damit auch das Kulturland Thüringen.
1.3. Kernkompetenz Modernes Leben Vor dem Hintergrund des sich stetig verändernden Medienverhaltens der Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist es notwendig, dass der MDR mit seinen Wellen JUMP und MDR SPUTNIK ein zielgruppengerechtes, attraktives und gleichzeitig auch öffentlich-rechtliches Angebot unterbreitet. Dies geschieht einerseits in Form des herkömmlichen Radios und andererseits mit Programmangeboten, die das veränderte Nutzungsverhalten der Hörer berücksichtigen. Die beiden Wellen bedienen deshalb in Wort und Musik unterschiedliche Zielgruppen. Der Musikfarbe kommt hierbei eine entscheidende Bedeutung zu: Rock- und Popmusik für junge Erwachsene, die sich im aktiven Berufsleben befinden und Musik abseits des Mainstreams für die Generation „unter 30“.	**1.3. Kernkompetenz Modernes Leben** Die Hörfunkmarken JUMP und MDR SPUTNIK haben im Berichtszeitraum ein zielgruppengerechtes, attraktives und gleichzeitig auch öffentlich-rechtliches Angebot unterbreitet. Dies geschah einerseits in Form des herkömmlichen, „klassischen“ Radios und andererseits mit Programmangeboten, die das veränderte Nutzungsverhalten der Hörer berücksichtigen. Die beiden Wellen bedienen in Wort und Musik unterschiedliche Zielgruppen. Von seinen Hörern wird JUMP sowohl ein Hitradio-Image als auch ein besonderer Charakter zugeschrieben. MDR SPUTNIK hat sein Radioangebot stärker an den Bedürfnissen seiner internetaffinen, jungen Zielgruppe ausgerichtet.
1.3.1 JUMP – Das moderne Radio für junge Erwachsene Bei seinen Hörern erreicht JUMP seinen hohen Wert vor allem durch das Musikangebot. „Der neue Sound im Radio“ ist eine einzigartige Musikmischung. Eine weitere wichtige Programmsäule ist die Information, die schnell, nützlich und unterhaltsam zugleich sein soll. Bei Korrespondenten, Comedy-Produktionen, Konzertpräsentationen und Themenwochen arbeitet JUMP eng im ARD-Verbund. Die Hörer stehen dabei immer im Mittelpunkt. Deren Akzeptanz ist auch ein wichtiges Maß für die Qualität des Programms. JUMP sieht sich insgesamt als öffentlich-rechtliches Massenangebot, das durch digitale Rückkanäle die öffentliche Kommunikation ergänzt.	**1.3.1 JUMP – Das moderne Radio für junge Erwachsene** JUMP – das MDR-Radio für junge Erwachsene orientierte sich im Berichtszeitraum an den Zielstellungen der Programmleitlinien. JUMP sendet für erlebnis- und leistungsorientierte junge und moderne Erwachsene, meist mit Familie und Beruf. JUMP sieht sich in einer guten Ausgangsposition, gleich ob als Tagesbegleiter oder als Informations-, Ratgeber- und Unterhaltungsprogramm, seine Marktposition auch innerhalb der werberelevanten Zielgruppe weiter zu festigen. JUMP steht innerhalb der deutschsprachigen Radiolandschaft für einen einzigartigen Musikmix: Reifer, mutiger, aber zugleich moderner als vergleichbare Mainstream-Popwellen. Im Internet konn-

	te das MDR-Radio mit der Einführung von „JUMP Piraten-Channel“, „JUMP Trend-Channel“ und „JUMP Rock-Channel“ seine Musikkompetenz verbreitern.
Ziele und Ausblick: • JUMP wird sich den Herausforderungen neuer Technologien stellen und damit dem Wunsch seiner Hörer nach zeitunabhängiger und mobiler Nutzung Rechnung tragen. Neben dem Internetangebot werden der JUMP RADIO GUIDE und die JUMP COMMUNITY eine entscheidende Rolle in der künftigen Wellenstrategie spielen. • Mit JUMP AUF TOUR und JUMP COMMUNITY PARTY werden auch künftig regelmäßige Veranstaltungen im Sendegebiet durchgeführt. JUMP ist damit direkt bei seinen Hörern vor Ort präsent. • Das Musikradio engagiert sich aktiv mit Aktionen und Aufrufen für Toleranz und gewaltfreie Konfliktlösung. • Das JUMP-Verkehrszentrum wird weiterhin alle Hörfunkprogramme redaktionsspezifisch mit Verkehrsinformationen versorgen und diesen Service für die verschiedenen Verbreitungswege aufbereiten.	**Fakten und Zahlen:** • JUMP nutzt digitale Technik und treibt deren Einsatz weiter voran. JUMPRADIO.DE begleitet das Radioangebot mit vielfältigen Inhalten. Bereits 2008 startete die JUMP COMMUNITY. Diese Plattform wird intensiv durch Hörer genutzt. Ebenso dienen die JUMP-Profile in den sozialen Netzwerken als Rückkanal für die Hörer. • Die JUMP COMMUNITY PARTY zählte im Berichtszeitraum jeweils fast 10.000 Besucher. Die Strategie, mit JUMP AUF TOUR und anderen Aktionen den unmittelbaren Kontakt zu den Hörern aufzubauen, ging auf. • Die Schultouren zu den Themen „Spaß ohne Gewalt“ und „Europa“ ereichten und mobilisierten zehntausende junger Menschen. • Das JUMP-Verkehrszentrum hat alle zentralen Radioprogramme mit aktuellen Verkehrsinformationen versorgt. Die kostenlos angebotene Software JUMP RADIO GUIDE wurde 150.000 Mal installiert.
1.3.2 MDR SPUTNIK – Das innovative Jugendradio MDR SPUTNIK richtet sich an die Hörer „unter 30“. Diese Zielgruppe ist internetaffin. Sie nutzt den eigenen MP3-Player, das mobile Internet und das Mobiltelefon für Medienkonsum und soziale Kontakte. Das MDR-Jugendradio bietet dieser Generation neben einem zielgruppenorientierten Musikprogramm ein breites Informationsbouquet aus allen Bereichen der Popkultur, der Musik und der Gesellschaft.	**1.3.2 MDR SPUTNIK – Das innovative Jugendradio** Im Berichtszeitraum hat MDR SPUTNIK seine mittel- bis langfristig angelegte Entwicklung vom Radio zu einer multimedialen Marke weiter vorangetrieben und mit der Einführung von weiteren Musikchannels seine Musikkompetenz für die jüngere Zielgruppe im Internet verbreitert. Dennoch konnte die Welle seine angestrebte Position als Jugendradio nicht halten. MDR SPUTNIK verzeichnete zwar gute Ergebnisse bei den Pageimpressions (über 15 Millionen in 2009) und den Visits (über 2,2 Millionen in 2009), musste aber zeitweise Hörerverluste von bis zu 60 Prozent hinnehmen.
Ziele und Ausblick: • Im Tagesprogramm wird ein Wortanteil von 20 Prozent angestrebt. Darin enthalten sind O-Ton-Nachrichten, auch in englischer Sprache, tagesaktuelle Magazinsendungen, Beiträge zu Gesellschaft und Pop-	**Fakten und Zahlen:** • Der in den Leitlinien angestrebte Wortanteil im Tagesprogramm konnte weitgehend gehalten werden. Im Zuge programmlicher Veränderungen Mitte 2010 wurden nur die Nachrichten in englischer Sprache

kultur sowie am Abend musikjournalistische Spezialsendungen. • Die Themenwochen, z. B. RESPEKT! - GEGEN RADIKALISMUS UND RASSISMUS und Schwerpunktsendungen z. B. zum Thema Drogenmissbrauch werden fortgeführt. • Die Radio-Inhalte von MDR SPUTNIK werden für den Online-Auftritt medienspezifisch aufbereitet und vertieft. Je nach Rechtesituation sollen ganze Sendungen oder einzelne Beiträge ebenso wie Videos und Fotos mit Programmbezug abrufbar sein. • Mit dem SPRING BREAK FESTIVAL auf der Halbinsel Pouch bei Bitterfeld wird das Jugendradio auch 2009 und 2010 eigene Akzente setzen. Exklusive Radio-Livekonzerte sind in Halle und Magdeburg geplant. Im Rahmen der Leipziger Buchmesse ist MDR SPUTNIK mit dem Event LITPOP vertreten sowie mit der AUDIOINVASION im Leipziger Gewandhaus.	eingestellt, nicht aber die tagesaktuellen Magazinsendungen, Beiträge zu Gesellschaft und Popkultur sowie am Abend musikjournalistische Spezialsendungen. • Im Rahmen der Themenwoche „Respekt! – Gegen Radikalismus und Rassismus“ wurde mit Partnern eine von namhaften Künstlern unterstützte CD herausgebracht, die in einer Auflage von 40.000 Exemplaren u .a. an Schulen verteilt wird. • MDR SPUTNIK verzeichnete starke Online-Zuwächse auch durch die wachsende Nutzung von Smartphones. Die Anzahl der Videoviews auf sputnik.de konnte gegenüber 2008 um 271 Prozent auf 200.000 Views gesteigert werden. • Mit den SPRING BREAK FESTIVAL auf der Halbinsel Pouch bei Bitterfeld hat das Jugendradio im Berichtszeitraum eigene Akzente gesetzt. Exklusive Radiokonzerte sowie das im Rahmen der Leipziger Buchmesse veranstaltete Event LITPOP wurden erfolgreich realisiert.
2. Das Fernsehen des Mitteldeutschen Rundfunks Alleinstellungsmerkmal des Fernsehangebotes des MDR ist die feste Verankerung in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. In allen Sendungen sollen sich die Menschen, das gesellschaftliche Leben, die einzigartige Kulturlandschaft, die wechselvolle Geschichte und die Besonderheiten der Mitte Deutschlands wiederfinden. Besonderer Wert wird auch auf Programmangebote für Minderheiten gelegt. Der MDR sieht sich mit seinem gesamten Programm, insbesondere auch mit den Sendungen der Landesfunkhäuser, in der Verpflichtung, die Regionen Mitteldeutschlands abzubilden und aktiv an der Stärkung einer entsprechenden Identität mitwirken. Zentrale Aufgabe ist hierbei eine umfangreiche und seriöse Berichterstattung über wichtige Ereignisse und Entwicklungen in Politik, Kultur, Bildung, Wirtschaft, Sport und Alltag. Dazu zählen auch Lebenshilfe, Orientierung, Service und Unterhaltung. Dieser Programm-Mix zeichnet sich in einer für ein drittes Programm sehr hohen Anzahl an Erstsendeminuten aus. Diese prägen das MDR FERNSEHEN als Vollprogramm. Für das Programmjahr 2009 sind insgesamt	**2. Das Fernsehen des Mitteldeutschen Rundfunks** Das MDR FERNSEHEN mit seiner festen Verankerung in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen war auch im Jahr 2009 in Folge das reichweitenstärkste Dritte Programm, bezogen auf das jeweilige Sendegebiet. In Mitteldeutschland wurde das MDR FERNSEHEN täglich für mindestens eine Minute von 34,9 Prozent der potentiellen Zuschauer eingeschaltet; bundesweit lag der Durchschnitt bei täglich 7,78 Millionen Zuschauern. Im Berichtszeitraum erwies sich die ausgewogene Mischung aus regionalen Themen, aktuellen Nachrichten, Ratgebern, Unterhaltungsangeboten, Reportagen, Dokumentationen, Kultur, Bildung, Sport und fiktionalen Sendungen als Erfolgskonzept für das Programm. Zeitgeschichtliche Angebote nehmen einen breiten Raum im MDR FERNSEHEN ein. Sie sind geeignet, historische Zusammenhänge und gesellschaftliche Konflikte für einen breiten Zuschauerkreis aufzuarbeiten. Das MDR FERNSEHEN wird auch weiterhin sein Augenmerk auf historische Dokumentationen legen, die sich mit der DDR-Geschichte und der Zeit danach befassen. Insgesamt zeichnet sich das MDR

300.000 Erstsendeminuten inkl. Übernahmen vorgesehen. Maßstab für das publizistische Engagement sind Glaubwürdigkeit, Verlässlichkeit und Qualität. Die Zuschauer im MDR-Sendegebiet honorieren dieses Engagement. Der MDR ist seit zwölf Jahren ununterbrochen Marktführer unter den dritten ARD-Programmen.	FERNSEHEN mit einer für ein drittes Programm immer noch hohen Anzahl von Erstsendeminuten aus. Im Jahr 2009 betrugen sie - weil ein Sportjahr - incl. Übernahmen 210.000 Minuten, für 2010 ist eine leichte Steigerung auf ca. 230.000 Minuten geplant. Der MDR ist seit nunmehr dreizehn Jahren unangefochtener Marktführer unter den ARD-Dritten.
2.1 Kernkompetenz Regionalität, Information und Ratgeber Mit der fortschreitenden Digitalisierung der Kabelnetze geht eine stetige Steigerung der empfangbaren Programme einher. Der MDR setzt in diesem Fragmentierungsprozess auf ein Qualitätsprogramm mit erkennbarem regionalem Profil. Politiksendungen, Nachrichten, Nachmittagsmagazine, Sport sowie Kultur- und Unterhaltungssendungen sollen eine unverkennbare mitteldeutsche Färbung tragen und sich durch große Nähe zu den Menschen im Sendegebiet auszeichnen. Eine flächendeckende und profilierte Regionalberichterstattung zählt deshalb zu den Alleinstellungsmerkmalen des MDR im medialen Wettbewerb. Die Regionalität mit ihrer ganzen Vielfalt zeigt zugleich die Unverzichtbarkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Sichtbarer Beweis für die enge Verzahnung zwischen der Fernsehdirektion und den Landesfunkhäusern ist der Polit-Talk FAKT IST. Eine wichtige Funktion für die regionale Verankerung des MDR FERNSEHENS übernehmen die MDR Landesfunkhäuser mit ihren allabendlichen Magazinen und vielen weiteren Einbringungen in das MDR-Gesamtprogramm. Im Jahr 2008 sahen pro Tag ca. 600.000 Zuschauer die regionalen Nachrichten- und Magazinsendungen aus Dresden, Magdeburg und Erfurt. Mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 19,3 Prozent nutzte fast jeder fünfte Zuschauer im MDR-Sendegebiet die Informationsschiene der Landesfunkhäuser.	**2.1 Kernkompetenz Regionalität, Information und Ratgeber** Entsprechend seiner Programmleitlinien bot der MDR im Berichtszeitraum ein stark regional geprägtes Qualitätsprogramm. Alle Angebote, beginnend mit den Nachrichten, über die Nachmittagsangebote bis hin zum Abendprogramm, setzten ihren Fokus auf Mitteldeutschland. Auch international bedeutsame Ereignisse, wie der Besuch des US-Präsidenten Obama in Dresden und im ehemaligen KZ Buchenwald, wurden für die Belange der ARD und des MDR FERNSEHEN journalistisch aufbereitet. Getragen wird dieses publizistische Engagement gemeinsam von der Fernsehdirektion und den drei Landesfunkhäusern. Dokumentiert wird dies auch durch die inzwischen zahlreichen Einbringungen der Landesfunkhäuser ins MDR-Gesamtprogramm sowie durch die abendlichen regionalen Nachrichten- und Magazinsendungen. Im Jahr 2009 konnten SACHSENSPIEGEL, SACHSEN-ANHALT HEUTE, THÜRINGENJOURNAL und die LÄNDERZEIT an die Erfolge des Vorjahres anknüpfen und erreichten um 19:00 Uhr durchschnittlich 580.000 Zuschauer, was einem Marktanteil von 18,6 Prozent entsprach. Dieser Trend setzte sich 2010 fort, aktuell liegen die Regionalmagazine bei einem Marktanteil von 19,4 Prozent, was in absoluten Zahlen 630.000 Zuschauern entspricht.
2.1.1 Fernsehen im Landesfunkhaus Sachsen Mit einem Gesamtmarktanteil in Sachsen von fast 20 Prozent sowie täglich 270.000 Zuschauern nehmen SACHSENSPIEGEL und LÄNDERZEIT eine Spitzenposition im MDR FERNSEHEN ein. Aktualität, Hintergrund, Mehrwert und Service stehen bei der Planung und der Realisierung aller Fernsehproduktionen im Vordergrund. Darüber hinaus ist das Landesfunkhaus be-	**2.1.1 Fernsehen im Landesfunkhaus Sachsen** Mit einem Gesamtmarktanteil von 20 Prozent in Sachsen sowie täglich mehr als 280.000 Zuschauern konnten die regionalen Nachrichtensendungen SACHSENSPIEGEL und LÄNDERZEIT ihre Spitzenstellung im MDR FERNSEHEN festigen. Das Landesfunkhaus konnte seine regionale Kompetenz durch stärkere Vernetzung in die Programmbereiche der Fernsehdirek-

strebt, seine regionale Kompetenz mit vielen weiteren Angeboten in das MDR FERNSEHEN einzubringen. Zum Fernsehangebot in sorbischer Sprache siehe Kap. 2.2.4.	tion in weitere Angebote einbringen. Die Quoten- und Marktanteilsentwicklung aller regelmäßigen Sendeplätze des LANDESFUNKHAUS SACHSEN ist im Berichtszeitraum gestiegen. Der SACHSENSPIEGEL wurde 2010 mit dem Bremer Fernsehpreis der Regionalmagazine ausgezeichnet.
Ziele und Ausblick: • Der SACHSENSPIEGEL wird in gewohntem Umfang und mit hoher Qualität auch weiterhin tagesaktuell, kompetent und umfassend aus Sachsen berichten. Hohe journalistische Standards in Wort und Bild sind Basis der Programmerstellung. • Das Landesmagazin behält seinen tagesaktuellen und umfassenden Anspruch. Um die regionale Kompetenz weiter zu stärken, wird der SACHSENSPIEGEL in einem Pilotprojekt neue mobile Übertragungstechniken testen und einsetzen. • Das Landesfunkhaus strebt ein zusätzliches, regional gesplittetes Nachrichtenangebot im MDR FERNSEHEN an. Eingebracht werden sollen auch Produktionen, die zwar einen landesspezifischen Bezug haben, aber dennoch von Inhalt und Aussagekraft her das Gesamtpublikum des MDR interessieren. • Eine kontinuierliche Zuschaueranalyse soll die Grundlage eines Maßnahmenkatalogs bilden, um den Erfolg des SACHSENSPIEGEL zu sichern, die Sehdauer zu verlängern, jüngere Zuschauer an das Programm zu binden und die schwankende Akzeptanz des Magazins am Wochenende zu verbessern. • Ein besonderer Schwerpunkt in der politischen Berichterstattung sind die Wahlen 2009. Das Landesfunkhaus garantiert hierbei in Zusammenarbeit mit den anderen Programmbereichen des MDR eine journalistische und objektive Abbildung der Wahlkämpfe und der Wahlabende. Die Verpflichtung zur Neutralität ist hierbei oberste Maxime. • Das Landesfunkhaus wird in der Reihe UNTERWEGS IN SACHSEN weiterhin über die Vielfalt und Schönheit Sachsens berichten. Das inhaltliche Konzept von SACHSENSPIEGEL EXTRA und SACHSENSPIEGEL	**Fakten und Zahlen:** • Der SACHSENSPIEGEL ist seinem Anspruch, tagesaktuell, kompetent und umfassend über den Freistaat zu berichten, gerecht geworden. Die hohen journalistischen Standards hatten dabei Priorität. Eine Steigerung im Durchschnitt von täglich 10.000 Zuschauern belegt diesen Erfolg. • Durch den Einsatz moderner, kosteneffizienterer Übertragungstechnik (Easy-Link) konnten die regionale Kompetenz des SACHSENSPIEGELS gesteigert und gleichzeitig finanzielle Synergien mit zentralen Programmbereichen des MDR FERNSEHENS erschlossen werden. • In drei Kurznachrichtensendungen, eine davon gesplittet, werden regionale Informationen zusätzlich in das MDR FERNSEHEN eingebracht. Innerhalb des Nachmittagsmagazins HIER AB VIER wird seit Ende September 2010 gegen 17:50 Uhr ins „Sachsenspiegel-Studio“ geschaltet. • Auf Grundlage von Daten der MDR-Medienforschung und Zuschaueranalysen ist es gelungen, die Nutzung der Sonnabend-Ausgaben des SACHSENSPIEGEL zu verbessern. Der Marktanteil stieg von 12 Prozent (2008) auf 12,6 Prozent (2009). In den ersten acht Monaten des laufenden Jahres lag der Marktanteil sogar bei 14,1 Prozent. • Die politische Berichterstattung ist eine maßgebliche Säule im Programmbouquet des SACHSENSPIEGELS. Im Vorfeld der Landtagswahlen 2009 wurden in zwei Sondersendungen die Schwerpunkte Parteiprogramme und Wahlkampf thematisiert. Am Wahlabend war das Landesfunkhaus an Sendungen des MDR FERNSEHEN und im ERSTEN personell und inhaltlich beteiligt. • Die Mittwochsreihen wurden im Design des virtuellen Studios an die Programmmarke SACHSENSPIEGEL angepasst. Neben dem Format UNTERWEGS IN SACHSEN wirkte auch die 42-teilige Zeppelin-Reihe

REPORTAGE wird ständig weiterentwickelt. • Auch in den kommenden Jahren will das Landesfunkhaus über große Events in Sachsen überregional berichten, wie das Dresdner Dixieland-Festival, den „Tag der Sachsen“, die weihnachtlichen Bergparaden und Faschingsveranstaltungen aus den karnevalistischen Hochburgen. • Um Synergien optimal zu nutzen, soll die medienübergreifende Zusammenarbeit mit den zentralen Programmbereichen und den anderen beiden Landesfunkhäusern ausgebaut werden. Das betrifft insbesondere zeitgeschichtliche Projekte, wie „20 Jahre Deutsche Einheit und Währungsunion“, „300 Jahre Porzellan-Manufaktur Meißen“ sowie gemeinsame Sendungen mit der Journalistischen Unterhaltung. • Besonderen Wert legt das Landesfunkhaus darauf, die Möglichkeiten des virtuellen Studios zu nutzen und die Produktionsmöglichkeiten in Dresden auch weiteren Partnern zur Verfügung zu stellen. • Um Themen aus den Nachbarstaaten besser bewerten zu können, wird das Landesfunkhaus versuchen, Mitarbeitern weitere Sprachkurse anzubieten.	„Sachsen aus halber Höhe“ identitätsstiftend. • Unter der Federführung des Landesfunkhauses wurden Events wie die „1. Dresdner Schlössernacht“, die Oldtimer-Rallye „Sachsen Classic“, aber auch die bewährten Weihnachts- und Karnevalssendungen im MDR FERNSEHEN abgebildet. • Die Zusammenarbeit mit den zentralen Programmbereichen der Fernsehdirektion und den anderen Landesfunkhäusern entwickelt sich erfreulich. Die Berichterstattung zum Augusthochwasser 2010, aber auch der MDR-Vierteiler „1989 - Aufbruch ins Ungewisse“ (2009) sowie „1990 - Aufbruch zur Einheit“ belegen eine enge Verzahnung der Redaktionen. Auch mit MDR 1 RADIO SACHSEN gestaltete sich die Zusammenarbeit hervorragend. • Mehrere Projekte wurden jenseits der Regelsendungen im virtuellen Studio produziert. So u. a. ein Themenabend zu „300 Jahre Meißen“ im MDR sowie die ARD-Reihe „Geheimnis Geschichte“. • Mitarbeitern des Landesfunkhauses wurden tschechische und sorbische Sprachkurse angeboten.
2.1.2 Fernsehen im Landesfunkhaus Sachsen-Anhalt Das regionale Fernsehangebot am Vorabend konnte sich in den letzten Jahren weiter profilieren. Mit einem Gesamtmarktanteil von 16,5 Prozent und 140.000 Zuschauern auf dem 19-Uhr-Sendeplatz hat das Informationsprogramm für Sachsen-Anhalt deutlich zugelegt. Für die Jahre 2009/2010 ist eine Regionaloffensive vorgesehen, um die Akzeptanz von SACHSEN-ANHALT HEUTE weiter auszubauen. Dieses Vorhaben soll durch eine medienübergreifende Rechercheredaktion unterstützt werden, um einerseits dem Zuschauer eine breitere Palette an exklusiven Meldungen anzubieten und andererseits das Landesfunkhaus als einen wichtigen Nachrichtenlieferanten in Sachsen-Anhalt zu profilieren. In SACHSEN-ANHALT SPEZIAL – DAS MAGAZIN und SACHSEN-ANHALT SPEZIAL – DIE REPORTAGE werden Themen von langfristiger Bedeutung journalistisch eingeordnet und auch die tagespolitische Berichterstattung ergänzt. Darüber hinaus wird dem Zuschauerwunsch nach schnellen und aktuellen Informationen in MDR UM	**2.1.2 Fernsehen im Landesfunkhaus Sachsen-Anhalt** Das Regionalmagazin SACHSEN-ANHALT HEUTE konnte im Berichtszeitraum seinen Marktanteil deutlich steigern. Von 11,9 Prozent im Jahr 2009 auf aktuell 15,3 Prozent. Einschließlich der LÄNDERZEIT sehen täglich 170.000 Zuschauer das Regionalfernsehen des MDR in Sachsen-Anhalt. Das entspricht einem Gesamtmarktanteil von 18,4 Prozent. Ursache der positiven Entwicklung dürfte der verstärkte Einsatz von Videoreportern in der Region und damit die noch intensivere Spiegelung des regionalen Geschehens im Landesprogramm sein. Lebendige Geschichte vermittelten die Fernsehsendungen im Zusammenhang mit den Jubiläen 20 Jahre Friedliche Revolution und Wiedervereinigung. In der Reihe „Meine Wende“ konnten Menschen aus Ost und West ihre ganz persönlichen Geschichten erzählen. Große Dokumentationen wurden über DVD unter anderem Schulen und Bibliotheken zur Verfügung gestellt. Die im Landesfunkhaus Sachsen-Anhalt produzierte Magazinsendung MDR UM 12 steigerte im Berichtszeitraum

12 Rechnung getragen. Dieses Dreiländermagazin erreichte im vergangenen Jahr eine deutliche Akzeptanzsteigerung.	nochmals ihre Akzeptanz. Zudem fand mit der Kurznachrichtensendung „SACHSEN-ANHALT HEUTE kompakt“ eine neue Informationsleiste Einzug ins MDR FERNSEHEN.
Ziele und Ausblick: • Das Netz an Videojournalisten bei SACHSEN-ANHALT HEUTE wird weiter ausgebaut. Auch Hörfunk-Korrespondenten sollen einbezogen werden. Die Arbeit der Videojournalisten garantiert mehr Bilder aus den Regionen und führt auch zu einer engeren Vernetzung von Hörfunk und Fernsehen im Landesfunkhaus. • Zum Ausbau der Regionalkompetenz werden sich Reporter des Landesmagazins auf regionale Berichtsgebiete spezialisieren. Regionen und Themen außerhalb der Ballungsräume Halle und Madgeburg erfahren so eine stärkere Beachtung. • Die regionale Kompetenz von SACHSEN-ANHALT HEUTE wird durch den neuen Sendungsclaims „Hier sind wir zu Hause“ dokumentiert und kommuniziert. • Das Landesfunkhaus strebt ein zusätzliches gesplittetes Nachrichtenangebot im MDR FERNSEHEN an. • MDR UM 12 wird dem Bedürfnis der Zuschauer nach kompakten, aktuellen und schnellen Informationen entsprechen. Der Anteil neuer bzw. aktualisierter Berichte und Hintergrund-Beiträge aus dem MDR-Gebiet wird erhöht. • Die Reihe UNTERWEGS IN SACHSEN-ANHALT hat sich im Wochenendprogramm des MDR FERNSEHENS profiliert. Durch die Berichterstattung über schöne Ausflugsziele und mit Geschichten über Land und Leute soll die Identifikation der Zuschauer mit der Region weiter gefestigt werden. • Die Zusammenarbeit mit den anderen Programmbereichen des MDR soll verstärkt werden, um Themen aus Sachsen-Anhalt in größerem	**Fakten und Zahlen:** • Im Berichtszeitraum waren 16 Videojournalisten für SACHSEN-ANHALT HEUTE im Einsatz. Zunehmend arbeiten auch Hörfunkjournalisten als Videoreporter. Es wurden ca. 350 Sendeminuten durch VJs realisiert. Die Anzahl der Kurzfilme betrug 498, die der Reportagestücke lag bei 47. • Neben der Spezialisierung auf regionale Berichtsgebiete wurde die Formatierung von SACHSEN-ANHALT HEUTE optimiert. In eigenen Rubriken wird auf kleine Orte eingegangen. Zusammen mit dem Landessportbund wurde die Aktion „Die Fitmacher“ initiiert, die auf innovative Sportvereine im Sendegebiet aufmerksam macht. • Auf die Einführung des Sendeclaims „Hier sind wir zu Hause“ wurde auf Grund anderer Maßnahmen im Rahmen einer regionalen Kompetenzoffensive verzichtet. • Im Juni 2009 ging mit „SACHSEN-ANHALT HEUTE kompakt“ ein zusätzliches Nachrichtenangebot auf Sendung. Seit September 2010 wird innerhalb von HIER AB VIER ins SACHSEN-ANHALT HEUTE-Studio geschaltet. • Dem Bedürfnis nach kompakter und aktueller Information innerhalb von MDR UM 12 wurde u. a. durch mehr Live-Schalten entsprochen. Die Sendung wird deutlich besser eingeschaltet. Sie erreicht aktuell 8,4 Prozent im MDR-Sendegebiet. Gut zwei Prozentpunkte mehr als 2009. • Die Reihe UNTERWEGS IN SACHSEN-ANHALT hat in 32 Ausgaben im MDR FERNSEHEN mit schönen Ausflugszielen und Geschichten über Land und Leute die Identifikation der Zuschauer mit der Region weiter gefestigt. • Themen und Spielorte aus Sachsen-Anhalt finden sich inzwischen in zahlreichen MDR-Produktionen. Die Zusammenarbeit mit den Pro-

Umfang und umfassender zu platzieren. • Über Ereignisse mit überregionaler Bedeutung will das Landesfunkhaus auch in den kommenden Jahren in Sondersendungen des MDR FERNSEHENS berichten. Beispiele sind „90 Jahre Bauhaus“, „800 Jahre Dom Magdeburg“, „1000 Jahre Tangermünde“ oder die schon traditionellen Festumzüge anlässlich der Landestage und die Aktivitäten der Karnevalsvereine in Sälen und auf der Straße. • Auch der Fernsehbereich des Landesfunkhauses wird sich dem Thema 20 Jahre Friedliche Revolution und dem Zusammenwachsen beider Staaten intensiv widmen. Begleitend zum Projekt SACHSEN-ANHALT `89 – DIE UNBEKANNTE GESCHICHTE DER WENDE entsteht eine DVD. • Die Förderung der Jugendmusikszene wird durch eine große Unterhaltungssendung mit dem Jugendrundfunkchor Wernigerode für das Weihnachtsprogramm 2009 dokumentiert.	grammbereichen wird weiter optimiert. • Beispiele für Sondersendungen des Landesfunkhauses im MDR FERNSEHEN waren u. a. ein Themenabend über Hugo Junkers, die Festumzüge „1000 Jahre Tangermünde“ und die der Landestage 2009/2010 sowie Reportagen und die Doku-Soap „Die Urlaubsmacher“. Die Aktivitäten der Karnevalsvereine wurden in den jährlichen Karnevalsshows „Überraschend närrisches Sachsen-Anhalt“ und durch Übertragungen der Umzüge in Köthen dokumentiert. • 20 Jahre Friedliche Revolution und Wiedervereinigung wurden in zahlreichen Reportagen, Dokumentationen und Serien gespiegelt. In Zusammenarbeit mit der Landeszentrale für politische Bildung entstand aus den Reihen „Die unbekannten Geschichten der Wende“ und „Bewegende Geschichten aus dem Einheitsjahr“ jeweils eine DVD. • Die geplante Weihnachtssendung mit dem Rundfunk-Jugendchor Wernigerode wurde im Jahr 2009 realisiert.
2.1.3 Fernsehen im Landesfunkhaus Thüringen Mit regionalen Informationen auf der 19-Uhr-Leiste erreichten die Sendungen THÜRINGEN JOURNAL und LÄNDERZEIT im vergangenen Jahr einen Gesamtmarktanteil von durchschnittlich 21,6 Prozent, das sind 180.000 Zuschauer. Das THÜRINGEN JOURNAL als wichtigste Fernsehsendung des Landesfunkhauses ist auch 2009/2010 dem Prinzip „aus Thüringen – für Thüringen“ verpflichtet. Die regionale Berichterstattung prägt das Profil und das Image der Sendung. Ziel ist es, die Zuschauer aktuell, umfassend und sachlich über alle Lebensbereiche wie Politik, Kultur, Wirtschaft, Soziales und Sport in Thüringen zu informieren und damit zum Gesamterfolg des MDR FERNSEHENS beizutragen. Die wöchentlich ausgestrahlten Formate THÜRINGEN EXKLUSIV – Das Magazin und THÜRINGEN EXKLUSIV – Der Film ergänzen die tagesaktuelle Berichterstattung und zeichnen sich dadurch aus, dass komplizierte und komplexe Themen und Sachverhalte ausführlich und bei Bedarf auch auf unterhaltsame Art erläutert werden. Darüber hinaus zeichnet sich der Fernsehbereich durch Einbringungen weiterer zielgruppenorientierter Formate in das MDR FERNSEHEN aus, z. B. MDR GARTEN, die unter Wanderfreunden mit „Kultstatus“ versehene Sendung	**2.1.3 Fernsehen im Landesfunkhaus Thüringen** THÜRINGENJOURNAL und LÄNDERZEIT erreichten im Jahre 2009 einen Gesamt-Marktanteil von 18,9 Prozent, was 150.000 Zuschauern entsprach. Auf das THÜRINGEN JOURNAL entfielen hierbei 13,4 Prozent, das Satellitenangebot LÄNDERZEIT erreichte 5,5 Prozent im Freistaat. Im ersten Halbjahr 2010 ist hinsichtlich der Zuschauerzahlen mit durchschnittlich 170.000 Zuschauern und einem Marktanteil von 20 Prozent ein positiver Trend zu verzeichnen. Die tagesaktuelle Berichterstattung im THÜRINGEN JOURNAL orientierte sich an wichtigen Ereignissen aus Politik, Wirtschaft, Soziales, Kultur und Sport. Durch zusätzlichen Einsatz von Videoreportern und durch die Einrichtung eines Regionalbüros in Sondershausen ist der Anteil an regionalen Themen weiter erhöht worden. Das THÜRINGEN JOURNAL ist damit noch aktueller und vielfältiger geworden. Ergänzt wurde dieses Angebot durch die abwechselnden Wochenformate „THÜRINGEN EXKLUSIV – das Magazin“ und die Reportage- und Dokumentationsreihe „THÜRINGEN EXKLUSIV – der Film“. Im Hinblick darauf, in „traditionellen Formaten“ jüngeres Publikum anzusprechen, hat die Redaktion RUCKSACK anspruchsvollere Wanderrouten ausgesucht und innerhalb der Büchersendung

MDR RUCKSACK, die Büchersendung FRÖHLICH LESEN und UNICATO, die Sendung gestaltet von Studierenden und Absolventen mitteldeutscher Medienhochschulen.	FRÖHLICH LESEN Bestsellerautoren wie David Richard Precht, Bärbel Schäfer und Hatice Akyün eingeladen. Das in seiner Form bundesweit einmalige studentische Filmmagazin UNICATO verlieh im Berichtszeitraum im Rahmen einer Award-Show Preise für die besten Beiträge.
Ziele und Ausblick: • Das THÜRINGEN JOURNAL nimmt eine wichtige Kontrollfunktion wahr und recherchiert Missstände im gesellschaftlichen Leben unter Beachtung der journalistischen Sorgfaltspflichten. Auf Sensationshascherei in der Darstellung wird bewusst verzichtet. • Die Informationen im Landesmagazin werden ständig auf Relevanz und Exklusivität überprüft. Der Einsatz von Regionalkorrespondenten wird weiter ausgebaut, um damit die Anzahl der Nachrichten und Filmberichte aus den Landesteilen zu erhöhen. • Oberstes Gebot der Redaktion ist Qualität. Deshalb wird großer Wert auf gründliche und sorgfältige Recherche, Ausgewogenheit und Fairness gelegt. Zur Sicherung des Qualitätsanspruchs wird die Redaktion auch von Experten unterstützt. • Die Auswertung einzelner Fernsehsendungen des Landesfunkhauses findet intern und mit externen Kritikern statt. Hier sollen über eine zielführende Stärke-Schwächen-Analyse die Profile der Produktionen deutlich verbessert werden. • Das THÜRINGEN JOURNAL wird auch im Zeitraum 2009/2010 zur Erhöhung der Zuschauerbindung verstärkt live aus den Regionen des Landes berichten. • Die Fernsehproduktionen des Landesfunkhauses, insbesondere die Einbringungen RUCKSACK, MDR GARTEN, FRÖHLICH LESEN etc., werden thematisch stärker auf die Bedürfnisse und Wünsche jüngerer Zuschauer ausgerichtet. • Die Sendung UNTERWEGS IN THÜRINGEN wird auf unterhaltsame Weise verstärkt das Interesse der Zuschauer für regionale Besonderheiten wecken. • Die vom Landesfunkhaus Thüringen für das analoge Satellitenpro-	**Fakten und Zahlen:** • Entsprechend seinem Anspruch hat das THÜRINGEN JOURNAL über das Landesgeschehen informiert, Stellung bezogen, Kritik geübt und damit an der Meinungsbildung mitgewirkt. Alle Nachrichten wurden auf Wahrheit und Herkunft geprüft. • Aktualität, Regionalität und Exklusivität wurden durch eine medienübergreifende Planung von Radio, Fernsehen und Online verbessert. Dadurch wurden eigene Ressourcen noch besser genutzt und die Arbeit effektiver gestaltet. • Zwei Klausuren fanden im Berichtszeitraum zur Qualitätssicherung und zur Qualitätsprüfung statt. Hier wurden mit internen und externen Experten die journalistischen Sorgfaltsregeln erörtert. • Das Profil des THÜRINGEN JOURNAL wurde weiter optimiert: Moderationen wurden noch pointierter gestaltet, die Bildstärke und publizistische Formenvielfalt weiter gesteigert. • Der Anteil an regionaler Berichterstattung wurde gesteigert durch den verstärkten Einsatz von Videoreportern, durch die Kompaktausgaben des THÜRINGEN JOURNAL im MDR FERNSEHEN und auf MDR.DE sowie durch eine tägliche Schalte innerhalb der Sendung HIER AB VIER. • Die Fernsehproduktionen des Landesfunkhauses Thüringen, insbesondere RUCKSACK, MDR GARTEN und FRÖHLICH LESEN, wurden an den Bedürfnissen und Wünschen jüngerer Zuschauer ausgerichtet, u. a. durch eine moderne Bildsprache und den Einsatz von Steadycams. • Die Sendereihe UNTERWEGS IN THÜRINGEN hat mit dem Schwerpunkt „Radwandern“ zusätzlich jüngere Zuschauer und Familien für dieses touristische Format begeistern können. • Die vom Landesfunkhaus Thüringen für das analoge Satellitenpro-

gramm produzierte tagesaktuelle Informationssendung LÄNDERZEIT wird auch im Zeitraum 2009/2010 in der Wiederholung mit Gebärdendolmetscher ausgestrahlt. • Besondere Ereignisse finden ihren Niederschlag in zusätzlichen Einbringungen des Landesfunkhauses in das MDR FERNSEHEN, z. B. zum 65. Jahrestag der Befreiung des KZ Buchenwald oder zum 40. Jahrestag des Willy-Brandt-Besuches in Erfurt. • Ein besonderer Schwerpunkt in der politischen Berichterstattung sind die Wahlen 2009. Das Landesfunkhaus garantiert hierbei in Zusammenarbeit mit den anderen Programmbereichen des MDR eine journalistische und objektive Abbildung der Wahlkämpfe und der Wahlabende. Die Verpflichtung zur Neutralität ist hierbei oberste Maxime.	gramm produzierte Informationssendung LÄNDERZEIT wurde um eine Kompaktausgabe ergänzt und in der Morgenwiederholung mit Gebärdendolmetscher ausgestrahlt. • Die Fernsehredaktionen des Landesfunkhauses haben zu besonderen Anlässen Extra-Sendungen in das MDR FERNSEHEN eingebracht, z. B. zu den Jahrestagen der friedlichen Revolution und der Wiedervereinigung, zur Befreiung des KZ Buchenwald und des Willy-Brandt-Besuches in Erfurt. • Anlässlich der Kommunal- und Landtagswahlen sowie den daran anschließenden Koalitionsverhandlungen konnte der MDR seinen Anspruch der Neutralität und der objektiven Abbildung der Geschehnisse unter Beweis stellen.
2.1.4 Nachrichten Alleinstellungsmerkmal - und damit auch ausschlaggebend für den Programmerfolg des MDR FERNSEHENS - ist die hohe Informationsdichte in Form der Nachrichten. Im Gegensatz zu den meisten anderen ARD-Landesrundfunkanstalten verfügt der MDR über eine eigene Nachrichtenredaktion mit Allgemeinanspruch: Informationen aus der Welt, Deutschland und der Region. Im vergangenen Jahr erreichte MDR AKTUELL mit seiner 19:30-Uhr-Ausgabe mit einem Marktanteil von fast 18 Prozent einen Spitzenwert seit dem Sendestart. Mit der schrittweisen Zusammenführung der Leipziger Nachrichtenredaktionen MDR AKTUELL und ARD AKTUELL sollen mehr Synergien durch Nutzung eines gemeinsamen Reporterpools und durch eine zentrale Planung geschaffen werden.	**2.1.4 Nachrichten** Unter den 100 der meistgesehenen Sendungen des MDR FERNSEHEN im Jahre 2009 konnte sich 35 Mal die 19:30-Uhr-Ausgabe von MDR AKTUELL platzieren. Im laufenden Jahr ist das Ergebnis vergleichbar. Die Nachrichten im MDR FERNSEHEN genießen, trotz vergleichbarer Angebote auf dem nationalen Fernseh-Markt, einen hohen Stellenwert bei den Menschen in Mitteldeutschland. Im Jahr 2009 erreichte der Marktanteil der 19:30-Uhr-Ausgabe mit 17,4 Prozent ein hohes Niveau. Das entspricht 580.000 Zuschauern. Die Zahlen für 2010 stützen diesen Trend, aktuell beträgt der Marktanteil 17,9 Prozent. Der Multi-Media-Desk der Nachrichtenredaktion wurde weiter optimiert und ist journalistisch wie auch technisch Basis für das Kurznachrichtenangebot im MDR FERNSEHEN.
Ziele und Ausblick: • Neben der tagesaktuellen Berichterstattung wird sich MDR AKTUELL auch mit wichtigen Schwerpunktthemen, wie den Wahlen im Jahre 2009, 20 Jahre Mauerfall, 60 Jahre Grundgesetz und 600 Jahre Universität Leipzig befassen. • Hintergrundberichte bleiben in MDR AKTUELL stark regional ausgerichtet. Die Berichterstattung zur Entwicklung von Wissenschaft und Hoch-	**Fakten und Zahlen:** • Die in den Leitlinien formulierten Aufgaben wurden vollständig erfüllt. Durch die schrittweise Zusammenführung der Redaktionen MDR AKTUELL und ARD AKTUELL und die Einrichtung einer zentralen Planung haben sich zahlreiche Synergien ergeben. • Bundesdeutsche Themen wurden soweit wie möglich auf die Region Mitteldeutschland heruntergebrochen. Wichtige Kulturereignisse sowie

technologie im mitteldeutschen Raum sowie die Darstellung wichtiger Kulturereignisse werden weiter ausgebaut. • Das Kurznachrichtenangebot MDR AKTUELL EINS30 wird fest im MDR FERNSEHEN verankert. Damit wird das Informationsangebot im Fernsehen am Vormittag und am späten Abend deutlich gestärkt.	die Entwicklung von Wissenschaft und Hochtechnologie wurden in den MDR AKTUELL-Ausgaben regelmäßig thematisiert. • Das Kurznachrichtenangebot MRD AKTUELL EINS30 ist inzwischen fest im MDR FERNSEHEN und in MDR.DE verankert. Das Informationsangebot hat damit deutlich zugenommen.
2.1.5 Magazine, Talks, Reportagen, Dokumentationen Eine kritische Betrachtung und die Aufdeckung von Missständen gehören zum Kern des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags. Das MDR FERNSEHEN bietet mit UMSCHAU, EXAKT, FAKT IST und den ARD-Magazinen FAKT, PLUSMINUS und GEHEIMNIS GESCHICHTE viel Raum für investigativen Journalismus. Dieser Ansatz soll ab 2009 durch eine bereichsübergreifende Rechercheredaktion nachhaltig unterstützt werden. Der Polit-Talk FAKT IST wurde in den vergangenen Jahren konzeptionell zwischen den Landesfunkhäusern und der Fernsehdirektion vereinheitlicht und seither erfolgreich weiterentwickelt. Auf breites Interesse bei den Zuschauern stoßen weiterhin Features und Dokumentationen. Diese Sendungen bilden gemeinsam mit den Nachrichten und dem Infotainment mit 69 Prozent die stärkste Programmsparte im MDR FERNSEHEN.	**2.1.5 Magazine, Talks, Reportagen, Dokumentationen** Die neu geschaffene Recherche-Redaktion hat zusätzlich zu den Fernsehmagazinen UMSCHAU, EXAKT, FAKT IST…!, GEHEIMNIS GESCHICHTE und den ARD-Magazinen FAKT und PLUSMINUS zur kritischen Betrachtung und Aufdeckung von Missständen beigetragen. Seit Aufnahme ihrer Tätigkeit im März 2009 hat die Recherche-Redaktion mit 80 komplexen und zum Teil investigativen Dossiers zum publizistischen Erfolg des MDR FERNSEHENS einen wichtigen Beitrag geleistet. Darunter waren Themen wie Wettmanipulationen im Profifußball bis hin zu rechtsradikalen Schöffen bei Gericht. Der Polit-Talk FAKT IST…!, der gemeinsam von den Landesfunkhäusern und der Fernsehdirektion verantwortet wird, hat sich von der Gewichtung politischer Themen und der Bewertung von Tagesereignissen auch im Sinne der Zuschauerakzeptanz im Berichtszeitraum positiv entwickelt.
Ziele und Ausblick: • Das Wirtschafts- und Verbrauchermagazin UMSCHAU und das Nachrichtenmagazin EXAKT werden weiterhin die politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen abbilden und deren Auswirkungen auf die Menschen im Sendegebiet in den Mittelpunkt stellen. Bereits jetzt haben die beiden Sendereihen durchschnittlich die jüngsten Zuschauer im MDR-Abendprogramm. Diese erfreuliche Tendenz soll durch entsprechende Themenauswahl und filmische Umsetzung verstärkt werden. • FAKT IST konzentriert sich als politisches Talk-Format weiterhin auf die Vertiefung tagesaktueller und latent aktueller Ereignisse. Die beteiligten Redaktionen bemühen sich, kompetente Diskussionspartner zu gewinnen und die Beteiligung der Zuschauer bzw. des Studiopublikums optimal zu gewährleisten. • Reportagen und Dokumentationen stehen 2009/2010 im Zeichen der	**Fakten und Zahlen:** • UMSCHAU und EXAKT haben im 14-Tage-Rhythmus Orientierung und nützliche Informationen gegeben. Beide Magazine erreichten im Jahr 2009 Marktanteilswerte um die zehn Prozent. EXAKT sahen im Durchschnitt 380.000 und die UMSCHAU 430.000 Zuschauer. Die aktuellen Zahlen bestätigen diesen Trend sowie der Umstand, dass beide Sendereihen regelmäßig zu den Sendungen des MDR FERNSEHENS zählen, die die jüngsten Zuschauer im MDR-Abendprogramm erreichen. • Als politisches Talkformat setzte FAKT IST…! im Berichtszeitraum auf die Vertiefung aktueller und latent aktueller Ereignisse. Das Ziel, die Beteiligung der Zuschauer zu optimieren, wurde umgesetzt. In den Sommermonaten wurden bewusst „leichtere“ Themen für Außenübertragungen gewählt. • Reportagen und Dokumentationen standen ganz im Zeichen des Mau-

jüngeren Geschichte. Im Zusammenhang mit dem 20. Jahrestag des Mauerfalls dokumentiert die Produktion DAS ENDE DES POLITBÜROS den Zerfall des zentralen Machtzentrums der DDR, im Doku-Drama DAS WUNDER VON LEIPZIG wird die Geschichte der Friedlichen Revolution rekonstruiert. Analog zum multimedialen Projekt DAMALS IN DER DDR entsteht zum Einheitsjubiläum 2010 die ebenfalls multimedial konzipierte Reihe DAMALS NACH DER DDR. • Für 2010 ist eine filmische Aufarbeitung der Ostpolitik des damaligen Bundeskanzlers Willy Brandt vorgesehen.	erfalls und der Wiedervereinigung. Hervorzuheben ist die Dokumentation „Das Wunder von Leipzig", die weltweit Interesse fand. Mit EXAKT – DIE STORY wurde ein neues Reportageformat entwickelt. Gesellschaftlich relevante Themen, die Eingang in die politischen Magazine des MDR FERNSEHENS finden, werden hier weiter vertieft. • Die Dokumentation zum 40. Jahrestag des Kniefalls von Bundeskanzler Brandt in Warschau wurde realisiert.
2.1.6 Nachmittagsmagazine, Ratgeber und Service Das Nachmittagprogramm bietet seinen Zuschauern ein vielfältiges Angebot. Der MDR ist im Vergleich zu anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in diesem Genre führend. Auch die MDR Landesfunkhäuser in Erfurt und Dresden beteiligen sich mit Ratgeberund Serviceangeboten, wie MDR GARTEN, MDR RUCKSACK und BIWAK, am Nachmittagsbouquet. Information, Wissen, Service, Beratung und Unterhaltung sind die Kernelemente der Sendeachsen von DABEI AB ZWEI und HIER AB VIER. Das Angebot reicht hierbei von Alltagsthemen, Ratgeberachsen für Familien, Informationen zu Recht und Gesetz bis hin zur Hilfestellung in vielen Lebenslagen. Die schon bisher praktizierte Interaktivität soll ausgebaut werden. Auch die regelmäßigen Ratgebersendungen im Abendprogramm, d. h. ESCHER – DER MDR RATGEBER, HAUPTSACHE GESUND und EINFACH GENIAL, kommen dem steigenden Informationsbedürfnis der Menschen, sowohl im Arbeitsleben als auch im Alltag nach.	**2.1.6 Nachmittagsmagazine, Ratgeber und Service** Das Nachmittagsprogramm büßte im Jahr 2009 insbesondere durch Neuprogrammierungen privater TV-Anbieter Marktanteile ein. Die MDR-Sendungen DABEI AB ZWEI und HIER AB VIER reagierten darauf mit einer Schärfung des regionalen Profils, was sich auf die beiden Sendeleisten im laufenden Jahr positiv auswirkte. Auch die Landesfunkhäuser haben sich weiterhin mit Ratgeber-, Reise- und Serviceformaten an der Nachmittagsbespielung beteiligt. Zusätzlich wurde der Donnerstagsplatz um 15:30 Uhr für Reportagen und Dokumentationen der Funkhäuser in Dresden, Erfurt und Magdeburg reserviert. Im Rahmen der regelmäßigen Ratgeberformate im MDR-Abendprogramm wurde die Sendung ESCHER – DER MDR-RATGEBER einem gründlichen Relaunch unterzogen. HAUPTSACHE GESUND verstärkte den Rubrikanteil „Im Test". Das Erfindermagazin EINFACH GENIAL profilierte sich inhaltlich mit einer stärkeren Bündelung hinsichtlich der Themen.
Ziele und Ausblick: • Die Inhalte der verschiedenen Ratgebersendungen sollen künftig besser verzahnt und den sich ändernden Rezeptionsgewohnheiten der Zuschauer angepasst werden. • DABEI AB ZWEI will sich weiter als Drei-Länder-Magazin profilieren. Die Zusammenarbeit mit den Landesfunkhäusern, z. B. der Austausch von Reportern und die gemeinsame Nutzung von Produktionskapazitäten, soll weiter intensiviert werden.	**Fakten und Zahlen:** • Die Ratgeberredaktionen der ARD-Landesrundfunkanstalten haben im Berichtszeitraum in vier Beratungszyklen ihre jeweiligen Programmangebote zur gegenseitigen Nutzung abgestimmt. • Die Konzentration auf regionale Schwerpunkte hat sich bei DABEI AB ZWEI positiv ausgewirkt. Der Marktanteil liegt inzwischen stabil im zweistelligen Bereich. Mit den Landesfunkhäusern wurde die Zusammenarbeit personell und technisch weiter ausgebaut.

• Das Drei-Länder-Magazin wird in regelmäßigen Abständen Themen der Industriegeschichte und der landwirtschaftlich strukturierten Regionen des mitteldeutschen Raums aufgreifen. • HIER AB VIER wird zur täglichen Service- und Beratungsachse des MDR FERNSEHENS entwickelt. Es soll auch genügend Platz für aktuelle Informationen und Alltagsthemen bleiben. Die Nutzung von HIER AB VIER-Beiträgen über MDR.DE nimmt bereits heute eine Spitzenstellung ein. Deshalb sollen mehr Ratgeber-Beiträge im Online-Angebot den Mehrwert steigern und damit auch zur Profilierung der linearen Sendeachse führen. • Die Crosspromotion der Nachmittagsmagazine mit dem zentralen MDR Hörfunk und den MDR-1-Landesprogrammen soll ausgeweitet werden. So wird gleichzeitig eine Basis für neue Themen geschaffen. • ESCHER – DER MDR RATGEBER wird weiter aktuelle Verbraucherthemen aufgreifen, Dienstleistungen vergleichen, Unregelmäßigkeiten aufdecken und praktische Tipps vermitteln. Inhaltlich wird sich das Magazin auch den Fragen jüngerer Zuschauer öffnen, ohne die Älteren dabei zu vernachlässigen. • Die Themen im MDR-Dienstagabendmagazin EINFACH GENIAL sollen künftig unter einen verbindenden Oberbegriff gestellt werden, wie „Ideen für Kinder", „Gefahren im Haushalt" oder „Herbstfreude im Garten und auf dem Balkon". • HAUPTSACHE GESUND hat weiterhin den Anspruch, medizinisches Wissen für den Alltag verständlich aufzubereiten sowie kompetent und unterhaltsam zu vermitteln. Da der Gesundheitssektor inzwischen einen großen Markt darstellt, wird sich HAUPTSACHE GESUND künftig verstärkt auch mit den Fragen des Verbraucherschutzes befassen. In der Rubrik „im Test" geht es darum, Produkte zu beurteilen, die einen therapeutischen Nutzen versprechen.	• Im Berichtszeitraum wurden neben Kurzmeldungen 46 Beiträge zum Thema Landwirtschaft gesendet. Statt auf „Industriegeschichte" hat sich die Redaktion verstärkt auf „Bildung und Jugend" konzentriert. • HIER AB VIER hat sich Anfang 2010 einer internen und externen Evaluierung unterzogen. So fand u. a. eine intensive Befragung von Stammzuschauern statt. Infolge dessen wurde ab Herbst 2010 der Sendungsablauf verändert, u. a. mit zwei Regionalleisten und einem starken Ratgeberteil. Auch HIER AB VIER kooperiert stärker mit den aktuellen Redaktionen der Landesfunkhäuser. Die Übernahme von Ratgeberthemen auf MDR.DE wurde weiter forciert. • Die Crosspromotion mit den MDR 1-Landesprogrammen hat sich gut entwickelt. In der Folge entstanden gemeinsame Reihen wie „Feuerwehrduell", „Ich liebe meine Platte" und „Frühschicht". • Moderator Peter Escher ist nach dem Sendungs-Relaunch öfter vor Ort im Sendegebiet unterwegs. Die Sendung hat dadurch bei jüngeren Zuschauern großen Zuspruch erfahren. Mit über 10 Prozent Marktanteil zählt ESCHER – DER MDR RATGEBER zu den erfolgreichsten Sendungen der Prime Time. • Die Themen des MDR-Erfindermagazins EINFACH GENIAL wurden unter einen Oberbegriff gestellt. Dieser findet sich im Untertitel der Sendung, als auch im Moderationsort wieder. Im Jahr 2009 schauten im Durchschnitt 530.000 Zuschauer die Sendung. • HAUPTSACHE GESUND hat sich im Berichtszeitraum neben seinen Standardthemen stärker dem Verbraucherschutz gewidmet. Die Rubrik „Test" kam in verschiedenen Ausgaben erfolgreich zum Einsatz. Das Profil der Sendung wurde mit seinen Schwerpunkten kontinuierlich dem Wandel des Publikumsgeschmacks angepasst, ebenso der aktuellen Themenlage auf dem Gesundheitssektor. Mit knapp 10 Prozent Marktanteil zählt sie zu den Stärksten im ARD-Vergleich.
2.1.7 Sport Die gesamte Bandbreite des internationalen, nationalen und vor allem des regionalen Sportgeschehens findet ihren Niederschlag in der Sportberichterstattung des MDR. Sport ist Thema in SPORT IM OSTEN aber auch in den	**2.1.7 Sport** Der Publikumszuspruch für den Sport ist neben den obligatorischen Sportblöcken innerhalb von MDR AKTUELL, MDR UM 12 und den Ländermagazinen besonders am Wochenende sehr groß. Vor allem junge Zuschauer wer-

Landesmagazinen oder in MDR AKTUELL. Alle Sportredaktionen des MDR aus Hörfunk, Fernsehen und Online arbeiten eng verzahnt und trimedial ausgerichtet vorbildlich und erfolgreich zusammen. Dadurch werden Synergien erzielt und die Akzeptanz des MDR-Sports insgesamt gesteigert. Das MDR FERNSEHEN setzt in seiner Sportberichterstattung weiter auf die Erfolgsmarken SPORT IM OSTEN und SPORT IM OSTEN-EXTRA. Auch auf ARD-Ebene trägt der MDR-Sport wesentlich zum Programmerfolg bei. Neben der Federführung bei Boxsportübertragungen und bei den Weltmeisterschaften im Nordischen Skisport wird die Gesamtverantwortung für sämtliche ARD-Übertragungen von den Olympischen Winterspielen 2010 im kanadischen Vancouver für den MDR-Sport die zentrale Herausforderung sein.	den von diesem MDR-Angebot angesprochen. Schwerpunktberichterstattung war und bleibt die 3. und aktuell mit Erzgebirge Aue auch die 2. Liga mit den Fußballvereinen im Sendegebiet. Die Sendungen SPORT IM OSTEN trafen mit ausnahmslos zweistelligen Marktanteilen auf ein interessiertes Publikum. Auch auf ARD-Ebene hat der MDR entscheidend zum Erfolg der Sportsendungen beigetragen. Neben der Federführung bei Boxsportveranstaltungen und im Nordischen Skisport überzeugte der MDR durch seine Gesamtverantwortung für sämtliche ARD-Übertragungen von den Olympischen Winterspielen und den Paralympics 2010 in Vancouver. Diese Herausforderung hat das MDR-Team bestens gemeistert.
Ziele und Ausblick: • Der Sport wird seinen festen Platz im Programmangebot des MDR FERNSEHENS behalten. Auch der Breitensport sowie das Sportgeschehen in der Region bleiben Bestandteil dieser Berichterstattung. • Die journalistische Aufbereitung zeichnet sich durch Hintergrundwissen und Distanz aus. • Sport eröffnet dem MDR neue und meist jüngere Zuschauerkreise. Die überdurchschnittlichen Marktanteile in der Zielgruppe der 30- bis 39-Jährigen sollen weiter ausgebaut werden. • Der Blick auf Rand- und Behindertensportarten zählt weiterhin zum Standardrepertoire. • Der gemeinsame Onlineauftritt von SPORT IM OSTEN und MDR INFO soll weiterentwickelt werden.	**Fakten und Zahlen:** • Das Programmangebot umfasste mehr als 50 Sportarten. Den Mittelpunkt bildeten die sportlichen Ereignisse in Mitteldeutschland. Darüber hinaus berichtete der MDR auch über Doping, Wettskandale oder Gewalt in Stadien. • Gründliche Recherchen bildeten die Basis der Berichterstattung, alle Reporter und Autoren zeichnen sich durch Fachwissen aus. • Das durchschnittliche Alter der Zuschauer sank von 60 Jahren (2008) auf nunmehr 55 Jahre. Zuwächse wurden erfreulicherweise auch in der jungen Zielgruppe der 30- bis 39-Jährigen erreicht. Die Marktanteile der Sonnabend- und Sonntagausgabe von SPORT IM OSTEN lagen im zweistelligen Bereich. • In 70 Beiträgen und Kurzberichten, insgesamt 110 Minuten Sendezeit, wurde auch über den regionalen Behindertensport berichtet. • Der gemeinsame Online-Auftritt verzeichnete stetig wachsende User-Zahlen. Im Juni 2010 wurde mit 9,66 Mio. Pageimpressions auf der Sport-Seite von MDR.DE ein Spitzenwert erreicht.
2.2 Kernkompetenz Kultur, Bildung, Wissen Kultur, Bildung und Wissen genießen im Programm des MDR FERNSEHEN einen hohen Stellenwert. Während sich der Hörfunk mit einem eigenen Kulturradio dem breit gefächerten kulturellen Leben in Mitteldeutschland	**2.2 Kernkompetenz Kultur, Bildung, Wissen** Mit 12.000 Sendeminuten jährlich und aktuell 1.500 Folgen besitzt das MDR FERNSEHEN mit seinem wochentäglichen Bildungsmagazin LEXI TV eine auf moderne Wissensvermittlung orientierte Sendereihe. Dieses Ange-

widmen kann, versucht das MDR FERNSEHEN als Massenmedium, den Blick auf die Alltagskultur, auf aktuelle kulturpolitische Ereignisse, auf das Zeitgeschehen und die jüngere Geschichte zu richten, ohne dabei die Hochkultur zu vernachlässigen. Themen aus Kultur, Bildung und Wissen haben einen festen Platz in den Nachrichtensendungen des MDR. Das wöchentliche MDR-Kulturmagazin ARTOUR ist nach wie vor Marktführer unter den Kulturmagazinen der Dritten Programme. Ein wichtiger Bestandteil des Bildungsangebots ist die zielgruppenorientierte, spielerische und unterhaltsame Wissensvermittlung u. a. in ECHT! – Das Magazin zum Staunen. Mit dem Magazin LEXI TV wird dem wissbegierigen und auch jüngeren Publikum ein tägliches Bildungsangebot unterbreitet. Das Genre wird abgerundet durch das MDR-Geschichtsmagazin BARBAROSSA und KINO ROYAL, dem Magazin für Film- und Kinofreunde.

bot wird ergänzt durch das Wissensmagazin ECHT!. Im Berichtszeitraum ging die Redaktion sogenannten Naturphänomenen nach, wie dem Erdrutsch in Nachterstedt oder anderen Rätseln, z. B. der ursprünglichen Farbe des Dresdner Blauen Wunders. ARTOUR war im Berichtszeitraum das kulturelle Aushängeschild im Abendprogramm des MDR FERNSEHEN. Bundesweit einmalig waren auch zwei MDR-Reihen: Erstens UNICATO, das studentische Filmmagazin – eine Fernsehplattform für Studierende mitteldeutscher Medienhochschulen. Zweitens das Projekt „Volontärsfilme". Hier produzierten die MDR-Volontäre am Ende ihrer Ausbildung längere Filme. Aus dem „Testballon", den die Fernsehdirektion zusammen mit dem Bildungszentrum gestartet hat, ist mittlerweile ein Programmerfolg geworden. Marktanteile bis zu 15 Prozent belegten, dass junges Fernsehen auch im MDR seinen Platz finden kann.

2.2.1 Magazine, Reportagen, Dokumentationen

Markantes Beispiel für den hohen Stellenwert von Kulturdokumentationen im MDR FERNSEHEN ist seit 10 Jahren das multimediale Großprojekt DIE GESCHICHTE MITTELDEUTSCHLANDS. In aufwendigen Produktionen werden historische Persönlichkeiten aus dem Sendegebiet porträtiert. Das Kulturmagazin ARTOUR beschäftigt sich in erster Linie mit Themen aus Mitteldeutschland. Hier kommt die Ostkompetenz der Redaktion besonders zum Tragen. Die Kulturszene, neue Bücher und Inszenierungen oder Berichte über Ausstellungen haben oft auch überregionale Bedeutung. Deshalb hat ARTOUR auch außerhalb des MDR-Sendegebietes einen hohen Bekanntheitsgrad. Das Geschichtsmagazin BARBAROSSA hat sich inzwischen bei den Zuschauern etabliert. Die Sendung liefert historische Hintergründe und einen eigenen, mitteldeutschen Blick auf Jahrestage oder Großereignisse. Des Weiteren bleiben Dokumentationen zur deutschen Geschichte eine wichtige Aufgabe für das MDR FERNSEHEN. Im Focus stehen dabei insbesondere die Themen geteiltes Deutschland, die Friedliche Revolution und das Zusammenwachsen der beiden Teile.

2.2.1 Magazine, Reportagen, Dokumentationen

Seit 1999 sind in der Reihe GESCHICHTE MITTELDEUTSCHLANDS fast 60 Filme entstanden, die sich mit prägenden Personen und Phänomenen aus Alltag und Politik, Kultur und Wirtschaft beschäftigen. Die nunmehr 11. und 12. Staffel knüpfte daran an und erreichte mit Sendungen, z. B. über Manfred von Ardenne, Spitzenmarktanteile von über 10 Prozent am Sonntagabend. Das Kulturmagazin ARTOUR knüpfte noch stärker an den Kulturbetrieb der drei Länder an. Dies wurde von den Zuschauern positiv bewertet. Im Durchschnitt sehen 180.000 Menschen das Magazin. Im Rahmen des Bremer Fernsehpreises erhielt ein ARTOUR-Beitrag über das Theatersterben in Mitteldeutschland eine lobende Erwähnung. BARBAROSSA hat im Berichtszeitraum auch auf aktuelle Ereignisse reagiert, so z. B. auf das Hochwasser 2010. Die Sendung befasste sich mit Überschwemmungen vergangener Jahrzehnte, den Schäden und Auswirkungen auf die Menschen. Auch das Filmmagazin KINO ROYAL konnte sich weiter profilieren und stellte u. a. alte wie neue Leinwandhelden aus Mitteldeutschland vor. Die Sendung wird inzwischen vom RBB übernommen und erfreut sich wachsender Beliebtheit auch bei Cineasten in der Bundeshauptstadt.

Ziele und Ausblick:	Fakten und Zahlen:
• ARTOUR wird seinen Anspruch, „Kulturmagazin mit Ostkompetenz“ zu sein, weiter profilieren. Am Sendungsumfang wird festgehalten. Pro Jahr entstehen etwa 250 Beiträge, die auch auf anderen Sendeplätzen ausgestrahlt werden sollen.	• Die besondere Kompetenz der ARTOUR-Redaktion wird auch von anderen ARD-Anstalten geschätzt. Im Berichtszeitraum wurden 119 ARTOUR-Beiträge von anderen ARD-Kulturmagazinen ausgestrahlt. ARTOUR bleibt mit einem Marktanteil von 6 Prozent Marktführer unter den Kulturmagazinen der Dritten.
• Kultur ist nicht an ein Format gebunden. Deshalb soll die Zahl der Kulturbeiträge in den Nachrichten und Magazinsendungen erhöht werden.	• Anlässlich zahlreicher Kulturjubiläen wurde im Berichtszeitraum der Anteil von Kulturbeiträgen in Nachrichtensendungen deutlich gesteigert.
• BARBAROSSA wird künftig stärker aktuelle Diskussionen zum Thema Geschichte aufgreifen.	• Mit Blick auf 20 Jahre Wiedervereinigung fand die BARBAROSSA-Aktion „Wortschatz der DDR“ im MDR FERNSEHEN, bei MDR.DE und auf Drittplattformen viel Beachtung.
• Die SPUR DER AHNEN präsentiert sich als „detektivisch“ ausgerichtetes Geschichtsfernsehen. Dem Zuschauer soll Geschichte aus einer völlig neuen Perspektive heraus erlebbar gemacht werden.	• Im „detektivischen“ Geschichtsformat DIE SPUR DER AHNEN konnten sich die Zuschauer auf die Spuren ihrer familiären Wurzeln begeben. Darüber hinaus wurden historische Ereignisse wie der „Prinzenraub von Altenburg“ in den Fokus gerückt.
• ELEFANT, TIGER & CO wird auch 2009/2010 auf unterhaltsame Weise Geschichten von Menschen und Tieren im Leipziger Zoo erzählen. Neben der regionalen Identifikation wird viel Wissen, wie Zoologie und Artenschutz, vermittelt.	• ELEFANT, TIGER & CO wurde im Berichtszeitraum über einhundert Mal ausgestrahlt. Schwerpunkt war, neben neuen tierischen Bewohnern, das Entstehen der neuen Tropenhalle Gondwanaland. Für das ARD-Nachmittagsprogramm wurden 46 Folgen produziert.
• Gemeinsam mit den Landesfunkhäusern entsteht 1989 – AUFBRUCH INS UNGEWISSE, eine weitere Reihe zur Aufarbeitung der Friedlichen Revolution. Erstmals wird hier ausführlich die Geschichte des Jahres 1989 nicht aus der Perspektive von Ost-Berlin oder Leipzig erzählt, sondern mit Blick auf andere Orte Mitteldeutschlands.	• Im Vierteiler „1989 – Aufbruch ins Ungewisse“ wurden Ereignisse und Geschichten von Menschen im Umfeld der Friedlichen Revolution dargestellt. Dem folgte der Dreiteiler „1990 – Aufbruch zur Einheit“, hier wurde der beschwerliche, manchmal auch unterhaltsame Weg ausgewählter Zeitzeugen in die deutsche Einheit gezeigt.
• Die Doku-Reihe ALS DER OSTBLOCK GESCHICHTE WURDE beschäftigt sich ebenfalls mit der Friedlichen Revolution und bezieht dabei auch die anderen ehemaligen Ostblockstaaten ein.	• 2010 wurden, wie schon 2009, mehrere internationale Koproduktionen zum Thema Friedliche Revolution realisiert. Der Film „Mauerhase“ wurde für den„Oscar“ nominiert.
• Das MDR FERNSEHEN strebt gemeinsame Produktionen mit osteuropäischen Partnern im Bereich Dokumentar- und Geschichtsfilm an.	• Eine Koproduktion mit Rumänien widmete sich dem wohl bekanntesten Landesprodukt „My beautiful Dacia“. Mit weiteren osteuropäischen Partnern wurden Produktionen wie „Good Morning Lenin“ oder „Geflohen vor den Sowjetpanzern“ realisiert.
• Der MDR beteiligt sich weiterhin an der Leipziger Dok-Film-Woche mit	• Der MDR hat die Leipziger Dok-Film-Woche in seinem Fernsehpro-

Dokumentationen und Previews. • Das MDR FERNSEHEN bekennt sich zur Buchmesse Leipzig. Neben der intensiven Berichterstattung in den Magazinen wird auch die MDR-Buchnacht eine unterhaltsame Plattform für literarische Diskurse bleiben. • Der Sendeumfang von LEXI TV wird beibehalten und soll wie in den Vorjahren ca. 12.000 Minuten betragen.	gramm begleitet. In „Best of MDR“ wurden im Rahmen des Festivals eigene Dokumentarfilme in einem Special ausgestrahlt. • Das MDR FERNSEHEN hat in 2009/2010 neben einer ARTOUR-Spezialausgabe zur traditionellen Buchnacht auch in den Nachrichten und in seinem Nachmittagsprogramm über die Messe berichtet. • Die multimediale Ausrichtung von LEXI TV wurde erweitert. Auf der Webseite www.mdr.de/lexi-tv werden Fakten, Anekdoten, Forschungsergebnisse und lexikalische Erklärungen zu einer spannenden Lektüre verknüpft.
2.2.2 Konzerte, Theater und Opern Die bekannten Klangkörper und Theater Mitteldeutschlands finden auch Eingang in das Programm des MDR FERNSEHENS. Traditionsgemäß arbeitet der MDR in diesem Genre eng mit dem europäischen Kulturkanal ARTE zusammen.	**2.2.2 Konzerte, Theater und Opern** Im Rahmen der Jubiläen 20 Jahre Friedliche Revolution und Wiedervereinigung sowie „runden“ Geburtstagen von Mendelssohn, Händel und Schumann übertrug das MDR FERNSEHEN mit dem europäischen Kulturkanal ARTE zahlreiche Konzerte. Auch das jährliche „Festival der deutschen Sprache“ wurde zu einem festen Programmelement.
Ziele und Ausblick: • Aus Anlass der 20. Wiederkehr des Jahrestages der Friedlichen Revolution werden auch der Musik und insbesondere dem damaligen Gewandhauskapellmeister Kurt Masur historischer und künstlerischer Tribut gezollt. So wird das Erinnerungskonzert am 9. Oktober 2009 aus der Nikolaikirche übertragen. • 2009/2010 werden Konzerte anlässlich der Jubiläen von Mendelssohn, Händel und Schumann aus Leipzig, Halle und Zwickau bei ARTE zu sehen sein. • Zum Standardrepertoire des MDR FERNSEHENS zählen weiterhin die Live Übertragung des Eröffnungskonzerts zum MDR MUSIKSOMMER und am Silvestertag der 9. Sinfonie Ludwig van Beethovens aus dem Leipziger Gewandhaus.	**Fakten und Zahlen:** • Das Erinnerungskonzert am 9. Oktober 2009 unter der Leitung des ehemaligen Gewandhauskapellmeisters Kurt Masur wurde in Zusammenarbeit mit ARTE übertragen und mittels Großbildschirmen wurde auch die Leipziger Bevölkerung einbezogen. Ein Höhepunkt in 2010 war die Übertragung des Konzerts des MDR SINFONIEORCHESTERS aus dem Dom in Kaliningrad. • Die Mendelssohn-Gala wurde im Februar 2009, das Händel-Gedächtniskonzert im April 2009 und eine Schiller-Gala unter dem Titel „Ein Genie hat Geburtstag“ für den MDR, ARTE und 3SAT produziert. • Die Eröffnungskonzerte des MDR MUSIKSOMMERS wurden ebenso übertragen wie das traditionelle Silvesterkonzert aus dem Leipziger Gewandhaus.

2.2.3 Religion und Soziales Zum Programmauftrag des MDR gehört auch die Berichterstattung über Religionen und die Auseinandersetzung mit Glaubensthemen. Das kirchliche Leben ist jedoch mehr als nur die Übertragung von Gottesdiensten. Die Sendereihen NAH DRAN und GLAUBWÜRDIG tragen dem Rechnung, indem über die Vielfalt des religiösen Lebens im Sendegebiet berichtet und auch kleinere Glaubensgemeinschaften in den Blick genommen werden.	**2.2.3 Religion und Soziales** Das religiöse Leben im Sendegebiet hatte nicht nur seinen Niederschlag in Übertragungen von Gottesdiensten. Die Einführung der neuen mitteldeutschen Landesbischöfin Ilse Junkermann, die Ordination von Rabbinern in Leipzig, aber auch die Feierlichkeiten aus Anlass des 450. Todestages von Philipp Melanchton wurden mit Sondersendungen begleitet. Die Sendereihen NAH DRAN und GLAUBWÜRDIG ergänzten diese Angebote in der gewohnten Qualität.
Ziele und Ausblick: • An der Übertragung von vier Gottesdiensten im MDR FERNSEHEN wird festgehalten. • Die Sendereihe GEDANKEN ZUM FEIERTAG im Umfeld von kirchlichen Feiertagen informiert auch 2009/2010 an prominenter Stelle im Vorabendprogramm über deren Bedeutung. • Menschen, die bereit sind, über ihren Glauben zu sprechen, stellt die Reihe GLAUBWÜRDIG vor. Grundsätzliche Änderungen an der Ausrichtung sind nicht geplant. Die Auswahl der Protagonisten entspricht der Vielfalt der religiösen Gruppen und Weltanschauungen im Sendegebiet. • Das Magazin NAH DRAN bietet Lebenshilfe und persönliche Orientierung. Darüber hinaus nimmt die Sendung eine Vermittlerrolle wahr und lässt Menschen in besonderen Lebenssituationen zu Wort kommen. Das Magazin wird über die Lebenshilfe hinaus aktuelle ethische Diskussionen vertiefen und Hintergrundwissen zu kirchlichen Ereignissen anbieten.	**Fakten und Zahlen:** • Das MDR FERNSEHEN hat insgesamt elf Gottesdienste übertragen. Seit 2010 werden sie in der Regel für Hörgeschädigte untertitelt. • Die Reihe GEDENKEN ZUM FEIERTAG wurde mit zehn Beiträgen fortgesetzt. 2010 begann die Entwicklung eines neuen Konzeptes mit Animationselementen, das sich derzeit in der Probephase befindet. • Für die Sendereihe GLAUBWÜRDIG konnten im Berichtszeitraum rund 50 neue Portraits produziert werden. Seit 2009 können diese Sendungen in der MDR-Mediathek nachgenutzt werden. • NAH DRAN hat stärker auf aktuelle Ereignisse reagiert, wie z. B. auf die Missbrauchsskandale in den Kirchen. Weiterhin wurden eigene Themen gesetzt: Geld, die Macht der Religionen und die Deutsche Einheit. NAH DRAN-Dokumentationen haben sich mit der DDR-Vergangenheit auseinandergesetzt, mit der Rolle der Christen und mit Fragen nach der Verantwortung des Einzelnen für die Gesellschaft.
2.2.4 Kultursendungen der Landesfunkhäuser Die MDR-Landesfunkhäuser berichten auch in den von ihnen verantworteten Fernsehprogrammen regelmäßig über wichtige Kulturereignisse, Entwicklungen und handelnde Personen. Region ist auch Kultur. Sie ist mittlerweile auch ein wichtiger Standortfaktor. Die von den Landesfunkhäusern	**2.2.4 Kultursendungen der Landesfunkhäuser** Ihrer Verpflichtung, Kulturereignisse in ihren Landesnachrichten zu spiegeln, sind die Funkhäuser in Dresden, Erfurt und Magdeburg nachgekommen. Darüber hinaus wurden die Reportage- und Dokumentationsplätze stärker mit Geschichtsthemen und Portraits bestückt. Auch die Reisesendungen,

eingebrachte Reihe UNTERWEGS IN… zeigt neben touristischen Highlights auch facettenreich die kulturellen Schätze der Regionen. Für die Sorben in der Oberlausitz produziert das Landesfunkhaus Sachsen ein Fernsehmagazin von Sorben für Sorben und für alle, die etwas über die kulturellen Wurzeln dieser Volksgruppe erfahren möchten. Zur Bandbreite der Kultur zählt auch die Volkskultur, beispielsweise der Karneval, der bekannterweise nicht nur entlang des Rheins zu Hause ist.	wie UNTERWEGS IN…, orientierten sich an kulturellen Besonderheiten in der jeweiligen Region. Im sorbischsprachigen Fernsehmagazin WUHLADKO, das im Berichtszeitraum im neuen virtuellen Studio in Dresden produziert wurde, ist beispielsweise Kultur gleich Politik und umgekehrt. Traditionen spielten in der Fernsehberichterstattung ebenfalls eine wichtige Rolle, seien es Umzüge, Festivals oder Einblicke in die mitteldeutschen Karnevalshochburgen.
Ziele und Ausblick: • Auf wichtige kulturelle Ereignisse gehen SACHSENSPIEGEL, SACHSEN-ANHALT HEUTE, THÜRINGEN JOURNAL und LÄNDERZEIT weiter ein. • Herausragende Events auf kulturellem Gebiet, werden von den Landesfunkhäusern als Sondersendungen in das MDR FERNSEHEN eingebracht, wie das Tanz und Folkfest in Rudolstadt, das Dixielandfestival in Dresden oder die sachsenanhaltischen Ländertage in Thale und Weißenfels. • Das sorbischsprachige Fernsehmagazin WUHLADKO widmet sich weiterhin der Kultur, Geschichte, Religion und aktuellen Themen der in der Lausitz lebenden Minderheit. Zwölf Magazinsendungen werden jährlich produziert. Darüber hinaus bemüht sich die Redaktion um eine verstärkte Zusammenarbeit mit anderen Programmbereichen. • Gemeinsam mit dem Polnischen Fernsehen, Studio Breslau, ist ein binationales Fernsehmagazin in Planung, das sich intensiv mit den Menschen und den Themen der Grenzregion beschäftigen soll. • Das MDR FERNSEHEN wird auch in 2009/2010 aus den karnevalistischen Hochburgen des Sendegebietes berichten. Die Landesfunkhäuser berichten traditionell von den Umzügen in Wasungen, Köthen und Radeburg und liefern Produktionen von Karnevalssitzungen zu.	**Fakten und Zahlen:** • Die Ländermagazine sind im Berichtszeitraum regelmäßig auf Kulturthemen eingegangen. • Sondersendungen im MDR FERNSEHEN fanden zu den jeweiligen Landestagen statt, wie auch zu den schon traditionellen Volksfesten, z. B. dem Dixielandfestival in Dresden, dem Tanz- und Folkfest in Rudolstadt und Weihnachten mit dem Rundfunk-Jugendchor Wernigerode. • WUHLADKO informierte einmal monatlich als das sorbische Magazin nicht nur ausschließlich die sorbische Minderheit, sondern es ist durch deutsche Untertitel auch ein Angebot für alle MDR-Zuschauer. Mit dem RBB-Studio Cottbus, das die Sendung „Luzyca“ verantwortet, besteht ein intensiver Programmaustausch. • 2009 wurden sechs Folgen des deutsch-polnischen Magazins GRENZGÄNGER in Dresden produziert. Da die Finanzierung auf polnischer Seite nicht länger gesichert war, endete das Projekt. • Auch Tradition ist Kultur. Deshalb hielt das MDR FERNSEHEN unter Federführung der Landesfunkhäuser auch in 2009/2010 an seiner Karnevalsberichterstattung aus Sälen und auf der Straße fest.
2.2.5 ARTE, 3SAT und PHOENIX Der MDR gestaltet 2009 im Europäischen Kulturkanal ARTE den Programmschwerpunkt zu 20 Jahre Friedliche Revolution in der DDR und in Osteuropa. Neben den unter Punkt 2.2.3 erwähnten Musikproduktionen wird sich die Zusammenarbeit 2009/2010 auch auf die Sendereihen ZOOM EUROPA	**2.2.5 ARTE, 3SAT und PHOENIX** Die Zusammenarbeit mit den öffentlich-rechtlichen Programmanbietern ARTE, 3SAT und PHOENIX gestaltete sich auch in den Jahren 2009 und 2010 erfolgreich. Neben den schon erwähnten Musik- und Theaterproduktionen sowie zeitgeschichtlichen Dokumentationen und Tierreportagen be-

und die Reportagen aus Nationalparks erstrecken. Preisgekrönte Werke osteuropäischer Filmemacher und historische Filme zur Gründung der beiden deutschen Staaten werden filmische Akzente setzen. Im Programmbouquet von 3SAT und des ARD/ZDF-Ereigniskanals PHOENIX findet sich eine Vielzahl von MDR-Produktionen. Auch Landesfunkhaus-Sendungen, wie MDR RUCKSACK und die UNTERWEGS IN-Reihe zählen zum Standardrepertoire der Spartenkanäle.	teiligte sich der MDR mit elf Folgen an der neuen Sendereihe „Yourope" auf ARTE. Darüber hinaus hat das MDR FERNSEHEN dem Spartenkanal 3SAT ausgewählte Features und Dokumentationen zur Nachnutzung überlassen, die Landesfunkhäuser die MDR RUCKSACK- und UNTERWEGS-Reihen. Das MDR FERNSEHEN hat PHOENIX personell und technisch bei Live-Übertragungen von Veranstaltungen im Sendegebiet unterstützt.
Ziele und Ausblick: • ARTE wird das Erinnerungskonzert am 9. Oktober 2009 aus der Leipziger Nikolaikirche übertragen. Die Dokumentation DAS ENDE DES POLITBÜROS und die Reihe ALS DER OSTBLOCK GESCHICHTE WURDE ergänzen das Geschichtsangebot des MDR für den Europäischen Kulturkanal. • Wie in den vergangenen Jahren wird der MDR mit mindestens 3.000 Programmminuten in ARTE vertreten sein. Neben dem zeitgeschichtlichen Engagement wird 2009/2010 die klassische Musik im Mittelpunkt stehen, mit Aufführungen aus Leipzig, Halle und Zwickau. • Für 3SAT wird das MDR FERNSEHEN auch 2009/2010 die Buchnacht zur Leipziger Buchmesse übertragen. Zudem wird der MDR auch auf diesem Kanal ausgewählte Konzerte und Musiktheaterstücke zuliefern. Besondere Kurzfilme und Dokumentationen des MDR FERNSEHEN werden in 3SAT ausgestrahlt.	**Fakten und Zahlen:** • Die mit dem europäischen Kulturkanal koproduzierten Konzerte und Dokumentationen - in 2009/2010 hauptsächlich zur jüngsten mitteleuropäischen Vergangenheit - wurden realisiert und auch im MDR zeitnah ausgestrahlt. • Im Berichtszeitraum lieferte der MDR jährlich ca. 3.000 Erstsendeminuten an ARTE. Das Bouquet umfasste wie in den Vorjahren Konzerte, Theateraufführungen und Dokumentationen. • Das MDR FERNSEHEN hat ausgewählte Kurzfilme von hiesigen Nachwuchsautoren und –regisseuren zur Ausstrahlung an 3SAT zugeliefert. Der MDR beteiligte sich wie bereits in den Vorjahren am Wissenschaftsmagazin NANO. Auch die MDR-Buchnacht wurde 2009/2010 live über 3SAT übertragen.
2.3 Kernkompetenz Unterhaltung Unterhaltung im MDR FERNSEHEN ist vielseitig und anspruchsvoll. Im Mittelpunkt steht hierbei die ganze Familie. Der MDR will sich mit seinen Sendungen vom Label der großen privaten Anbieter bewusst unterscheiden. Unterhaltung bedeutet nicht „trash", sondern hat einen generationsübergreifenden Anspruch, bei dem man die Liebe zur Heimat ebenso findet, wie unterhaltsames Lernen und das Kennenlernen fremder Kulturen. Der MDR setzt hierbei stark auf Vor-Ort-Präsenz. Dadurch wird Fernsehen in der Region zum Ereignis und die Identifikation nachhaltig gestärkt.	**2.3 Kernkompetenz Unterhaltung** Das Genre „Unterhaltung" spielte nach wie vor eine wichtige Rolle im regional geprägten Vollprogramm. Das MDR FERNSEHEN ging hierbei eigene Wege, keine Nachahmung von Castingshows analog der privaten Konkurrenz, sondern Unterhaltungsformate, die Information, Heimatverbundenheit und zugleich Weltoffenheit einen. Regionale Identität wurde durch Präsenz in der Region befördert. Darüber hinaus fungierte die MDR-Unterhaltung auch als „Kaderschmiede". Viele Stars begannen ihre Karriere mit Auftritten bei Fernsehsendungen der MDR-Unterhaltung.

2.3.1 Große Unterhaltung und Shows Unterhaltung ist mehr als nur das Auftreten von Stars mit Zwischenmoderationen. Zielgerichtet verbindet das MDR FERNSEHEN Unterhaltungssendungen mit konkreten Projekten, z. B. bei EIN DORF WIRD GEWINNEN, bei der zusammen mit der „Stiftung zur Erhaltung kirchlicher Baudenkmäler" Geld für die Sanierung vom Verfall bedrohter Dorfkirchen gesammelt werden soll. Ein weiteres Beispiel ist SONNTAG! – DIE SHOW DER ÜBERRASCHUNGEN, bei der ehrenamtliches Engagement gewürdigt wird.	**2.3.1 Große Unterhaltung und Shows** 2009 und 2010 war für die MDR-Fernsehunterhaltung der Beginn eines „zaghaften Umbruchs". Neben den Klassikern wie MUSIK FÜR SIE, SONNTAG und GOLDENE HENNE wurden neue Ideen kreiert, im Programm umgesetzt und ausprobiert. Das Projekt „Ein Dorf wird gewinnen" konnte leider nicht umgesetzt werden, angestrebt wird nun 2011. Dagegen erfahren regionale Events, wie beispielsweise der Dresdner SemperOpernball, inzwischen auch großes Interesse in der gesamten Bundesrepublik.
Ziele und Ausblick: • Große Unterhaltungsshows sollen weiterhin im MDR-Sendegebiet produziert werden und damit die Präsenz des MDR im Lande festigen. Ebenso soll an der jährlichen Verleihung des Medienpreises GOLDENE HENNE festgehalten werden. • Die Zusammenarbeit mit den Landesfunkhäusern soll weiter ausgebaut werden, um regionale Kenntnisse, Stärken und Ressourcen optimal zu nutzen. • Neue Technologien sollen in der Programmproduktion stärker genutzt werden. So wird die Sendung KRIPO LIVE seit 2009 im virtuellen Studio des Landesfunkhauses Sachsen produziert. • Regionale Events, wie der Dresdner Semperopernball, und die Shows rund um die Tage der Sachsen, Sachsen-Anhalter und Thüringer werden programmlich weiter begleitet. • Für die Unterhaltungsplätze an Feiertagen und im Jahresendprogramm sollen exklusive, neue Programmangebote mit Eventcharakter entwickelt werden. Das Ziel, generationsübergreifende Unterhaltungsangebote anzubieten, bleibt aktuell. • In den Musikshows soll der talentierte Nachwuchs stärker gefördert werden.	**Fakten und Zahlen:** • Neben den großen Unterhaltungsshows wurden neue Ideen umgesetzt, wie z. B. „Die aktuelle Abendshow" mit Nachrichten- und Informationselementen. Die Verleihung der „Goldenen Henne" stand 2010 im Zeichen der Wiedervereinigung und erreichte mit 18,5 Prozent Marktanteil im Sendegebiet und bundesweit mit mehr als einer Million Zuschauern einen Spitzenwert. • Neben den bereits „eingespielten" Aktivitäten mit dem Landesfunkhaus Sachsen wurde im Berichtszeitraum erstmals mit dem Landesfunkhaus Sachsen-Anhalt eine neue Sendeidee entwickelt. • Die Produktion der Sendereihe KRIPO LIVE im virtuellen Studio in Dresden hat sich bewährt und wurde weiterentwickelt. • Der Dresdner SemperOpernball entwickelte sich im Berichtszeitraum zum nationalen Event. Die MDR-Übertragung sahen 2010 bundesweit mehr als 1,1 Millionen Menschen. Die Shows zu den Landestagen wurden mit überregionalen Programminhalten für das gesamte MDR-Publikum angeboten. • Das Jahresendprogramm 2010 startet – wie auch schon 2009 – mit einer neuen Programmierung. Mit der „Aktion Schwefelhölzchen" sollen Spenden- und karitative Schwerpunkte im MDR gebündelt werden. • Auch 2009/2010 wurde jungen Nachwuchskünstlern im MDR-Fernsehen eine Plattform geboten.

2.3.2 Journalistische Unterhaltung, Tierfilme und Nachwuchsangebote Zur Erschließung jüngerer Zuschauerschichten setzt der MDR auch auf niveauvolles und informatives Unterhaltungsprogramm. Das Talkformat RIVERBOAT wurde personell neu aufgestellt. Die Berichte über Weltreisen von MDR-Abenteurer Thomas Junker zeichnen sich durch eine Sprache und Erzählweise aus, wie sie in der Medienlandschaft nur selten zu finden sind. Die Tier- und Naturfilmformate, wie ABENTEUER ZOO und LÄNDER-MENSCHEN-ABENTEUER zeichnen sich weiterhin durch inhaltliche und gestalterische Einzigartigkeit aus. Als sehr erfolgreich hat sich das Genre regional angebundener Kinder-Doku-Soaps erwiesen, wie die Reihen WINTERKINDER aus Oberhof oder KREUZCHOR aus Dresden.	**2.3.2 Journalistische Unterhaltung, Tierfilme und Nachwuchsangebote** Die Freitagabendunterhaltung im MDR FERNSEHEN war im Berichtszeitraum wegen der starken Konkurrenz auf dem Talk-Sektor Schwankungen ausgesetzt. RIVERBOAT musste bis Mitte 2010 Verluste hinnehmen und erreichte im Durchschnitt einen Marktanteil von 13 Prozent. Ein Relaunch im zweiten Halbjahr 2010 konnte diesen Trend stoppen. Die Abenteuerreisen von Thomas Junker wurden erfolgreich fortgesetzt, wie auch die aufwendig produzierten Tier-, Zoo- und Reisesendungen. Das Angebot an Doku-Soaps auf dem Sendeplatz um 19:50 Uhr wurde in den Jahren 2009/2010 deutlich ausgeweitet.
Ziele und Ausblick: • Am Reiseformat mit Thomas Junker wird festgehalten. Die crossmediale Begleitung von der Entstehungs- bis zur Sendephase ist geeignet, Multimedia-Strategien auch für andere Formate zu entwickeln. • Im Natur- und Tierfilmbereich sind für 2009/2010 Dokumentationen über Nationalparks in der Ukraine sowie - als Schwerpunktsendungen - Reportagen über grenzüberschreitende Schutzgebiete, wie Montenegro, Albanien und den Kosovo, geplant. Der MDR ist der einzige öffentlich-rechtliche Sender mit derartigen Schwerpunkten. • Zentrales Anliegen bleibt die Profilierung und Entwicklung von Doku-Soap-Formaten. Erfolgreich ausgestrahlte Mehrteiler werden 2009 mit den ABC–SCHÜTZEN fortgesetzt. Auch für 2010 sind neue Stoffe in Vorbereitung.	**Fakten und Zahlen:** • Die Zusammenarbeit mit dem Fernsehabenteurer Thomas Junker wurde mit den Reportagen „Vergessene Inseln“ und „Flug über den Nordpol“ fortgeführt und multimedial eingesetzt. • Die für 2009 und 2010 vorgesehenen Natur- und Tierfilme wurden in Zusammenarbeit mit ARTE und 3SAT, teilweise in HD-Qualität, realisiert. Der MDR wird in Abstimmung mit der ARD weiter Tier- und Naturfilme produzieren. • Mit den Doku-Soap-Reihen auf dem 19:50-Uhr-Platz: „Wir sind überall“, „Frühling auf dem Ziegenhof“, „Die Niebels“, „Vom Tanzen besessen“ und „Leben auf vier Pfoten“, wurde die erfolgreiche Bespielung auf diesem Sendeplatz fortgesetzt.
2.4 Kernkompetenz Kinder Kinder sind Zukunft – deshalb sollen Kinder im MDR FERNSEHEN auch weiterhin kindgerechte Angebote nutzen können. Kindersendungen sind keine „Massenware“, sie werden von Autoren und Machern mit großem Engagement realisiert. Durch die unmittelbare Nähe zum ARD/ZDF-Kinderkanal	**2.4 Kernkompetenz Kinder** Kinder sollen sich mit ihren Lebenswelten im Fernsehen wiederfinden. Das MDR FERNSEHEN bringt sich in dieses Genre seit Jahren durch die Weekly SCHLOSS EINSTEIN ein. Auch die aktive Auseinandersetzung mit der sozialen Realität wurde mit der Reihe BEI UNS UND UM DIE ECKE thematisiert.

sieht sich der MDR als starker Partner und Förderer des Kindermedienstandorts Thüringen.	Ein weiterer Schwerpunkt lag im Berichtszeitraum in der Beteiligung an hochwertigen Märchenfilmproduktionen.
2.4.1 Kinderfernsehen im MDR Nicht nur an den Wochenenden, auch in der Ferien- und Weihnachtszeit bietet das MDR FERNSEHEN Kindern ein altersgerechtes Programm. Dabei werden alle Genres bedient, wie Märchen, Kinderkrimis, Quiz, Magazine- und Erklärformate.	**2.4.1 Kinderfernsehen im MDR** Das Kinderfernsehen im MDR zeichnete sich durch Genrevielfalt und eine Mischung fiktionaler und nonfiktionaler Programme aus. Hierbei war ein optimales Gleichgewicht zwischen etablierten Sendemarken und neuen Einbringungen zu wahren.
Ziele und Ausblick: • Die vom MDR verantwortete Kinderserie SCHLOSS EINSTEIN wird fortgeführt. • Als Drei-Länder-Anstalt will der MDR zur Profilierung aller Medienstandorte im Sendegebiet beitragen. Deshalb entsteht 2009 die Kinderserie BEI UNS UND UM DIE ECKE in Sachsen-Anhalt. • Der 50. Geburtstag des Sandmanns wird 2009 auch im MDR FERNSEHEN gefeiert. • Die Zulieferpflichten für den ARD/ZDF-Kinderkanal wird der MDR seiner Quote entsprechend erfüllen.	**Fakten und Zahlen:** • Die Realisierung der 13. und 14. Staffel der erfolgreichen Kinder-Weekly SCHLOSS EINSTEIN bildete einen Schwerpunkt der Programmarbeit. • Neben Produktionen in Thüringen und Sachsen-Anhalt beteiligte sich der MDR an der Neuverfilmung von Märchenfilmen in weiteren Teilen des Sendegebietes, so in sächsischen Schlössern. • Im Rahmen des runden Sandmann-Geburtstages fanden im MDR FERNSEHEN u. a. ein dreistündiges „Sandmann-Special“ sowie eine Unterhaltungsshow mit dem RBB statt. • Die Zulieferpflichten wurden u. a. mit acht Folgen der Dokumentationsreihe für Kinder „Fortsetzung folgt“ erfüllt.
2.4.2 MDR-Federführung ARD/ZDF-Kinderkanal Der Kinderkanal von ARD und ZDF steht für Programmvielfalt, hochwertige Inhalte und medienpädagogische Ansätze. Die Angebote des Kinderkanals spiegeln die Lebenswirklichkeit der Kinder und Familien wider: Spielfilme, Krimiserien, Spiele und Soaps unterhalten und tragen auch zur Persönlichkeitsentwicklung bei. Neben den kindgerechten Animationsprogrammen sind Kindernachrichten, Wissensmagazine und Reportagen wichtige Programmsäulen.	**2.4.2 MDR-Federführung ARD/ZDF-Kinderkanal** Der ARD/ZDF Kinderkanal hat mit seinem Qualitätsangebot im Berichtszeitraum wachsende Marktanteile erreicht. Mit 20,8 Prozent der Zuschauer von 3 bis 13 Jahren wurde im März 2010 das beste Ergebnis seit der Sendezeitausweitung erzielt. Im September 2010 konnte der KIKA mit seinem auf Kinderbedürfnisse orientierten Programm gleich acht Mal die Tagesmarktführerschaft in diesem Segment gewinnen. Das Online-Angebot des KIKA hat 2009 mehr als 28 Millionen PI und 1,3 Millionen Visits erzielt. Im Jahr 2010 bewegte es sich auf vergleichbarem Niveau mit 27,3 Millionen PI und 1,5 Millionen Visits.

Ziele und Ausblick:	Fakten und Zahlen:
• Das vom Kinderkanal initiierte größte Schülerquiz Deutschlands geht 2009 in die zweite Runde. Aus vierhundert Bewerbungen wird die beste Klasse der Bundesrepublik gekürt.	• 2009 nahmen 400 Schulklassen am Schülerquiz „Die beste Klasse Deutschlands“ teil. 2010 wurde dieser Wettstreit mit 700 Anmeldungen fortgesetzt. Das Finale fand am 22. Mai 2010 in der ARD statt.
• Nach einem sehr erfolgreichen Debüt 2008 wird der Musik-Event DEIN SONG, ein Wettbewerb für junge Nachwuchsmusiker, im Jahr 2009 fortgesetzt.	• Der Musik-Wettbewerb DEIN SONG erreichte bei der Zielgruppe einen Marktanteil von 20,4 Prozent. Im Mai 2010 wurde der Musik-Event erneut unter den 11 bis 18-Jährigen ausgeschrieben.
• KI.KA LIVE, die Sendung für ältere Kinder, erhält 2009 einen Relaunch.	• KI.KA LIVE – die Sendung, die sich als Plattform für ältere Kinder versteht, präsentierte sich ab 2009 in neuem Studiodesign und neuen Programmsegmenten.
• Anlässlich des „Internationalen Jahres der Astronomie 2009“ startet im KI.KA eine rasante und humorvolle Animationsserie zu Quantenphysik und Astronomie. Die Trickserie entstand mit wissenschaftlicher Unterstützung eines Max-Planck-Instituts.	• Die Trickserie „Cosmic quantum ray“ wurde mit Unterstützung eines Max-Planck-Instituts realisiert. Ein begleitendes Online-Angebot bietet zusätzlich die Möglichkeit, Erlebnisse und Informationen zu vertiefen.
• In Zusammenarbeit mit der Katholischen und Evangelischen Kirche entstand eine Zeichentrickserie über Geschichten des Alten und Neuen Testaments.	• Unter dem Titel „Chi rho – Das Geheimnis“ wurde mit den Kirchen eine 13-teilige Abenteuerserie über Geschichten des Alten und Neuen Testaments konzipiert und produziert. Start war der 1. November 2010.
• Auch Zeitgeschichte spielt beim Kinderkanal eine wichtige Rolle: der Mauerfall vor 20 Jahren, 60 Jahre Grundgesetz und die Bundestagswahl 2009 finden ihren Platz im Programmangebot.	• Mit dem „Projekt D – eine schwarz-rot-goldene Zeitreise“ präsentierte der KIKA seinen Zuschauern im Jahr 2009 die jüngere deutsche Geschichte.
• Mit KI.KANINCHEN will der Kinderkanal ab Herbst 2009 eine eigene Vorschulmarke in seinem Programm etablieren.	• Als Schutzraum vor rein kommerziellen Interessen feierte die Vorschulmarke KI.KANINCHEN am 5.10.2009 ihre Premiere im KI.KA.
• Im Segment der älteren Kinder sind besondere Anstrengungen notwendig. Der Ausbau für diese Altersgruppe ist, neben der Fortführung und Weiterentwicklung aller qualitativ hochwertigen Angebote für die gesamte Zuschauerschaft, ein wichtiges Ziel der kommenden Jahre. In diesem Zusammenhang strebt der KI.KA eine Sendezeiterweiterung bis 23:00 Uhr an, um die Zielgruppe der älteren Kinder adäquat erreichen zu können.	• Nach eingehender Analyse der bestehenden Angebote für ältere Kinder wurden Anstrengungen in Richtung zielgruppenaffines Design und gezielte Ansprache in Angriff genommen. Erfolgreiche Formate, wie die mit Preisen ausgezeichnete Serie „Krimi.de“ werden fortgeführt. 2010 wurde ebenfalls ein Medienmagazin speziell für die älteren Kinder unter dem Titel „Kurz und Klick“ entwickelt. In der Diskussion bleibt die Ausweitung der Sendezeit über 21:00 Uhr hinaus.

3. Telemedien Durch sein Telemedienangebot ermöglicht der MDR den Nutzern die Teilhabe an der Informationsgesellschaft, gibt Orientierungshilfe und fördert die technische und inhaltliche Medienkompetenz. Diese hochwertigen, werbe- und sponsoringfreien Angebote orientieren sich an dem sich rasant ändernden Nutzungsverhalten der Menschen. Deshalb ist eine stetige Weiterentwicklung notwendig. Der MDR stellt sich dieser Herausforderung, indem er Hörfunk- und Fernsehbeiträge unabhängig von den Sendezeiten zum Abruf bereitstellt, aktuell und ausführlich über wichtige politische Ereignisse, über das breit gefächerte Kulturleben Mitteldeutschlands, das moderne Leben, die Jugendkultur, die Lebenswirklichkeit im Sendegebiet und den Sport informiert sowie Minderheiten in sein Angebot einschließt. Die klassischen Medien und die Telemedienangebote lassen sich hierbei nicht künstlich trennen, sie ergänzen sich vielmehr.	**3. Telemedien** Mit dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag hat der Gesetzgeber den öffentlich-rechtlichen Rundfunk beauftragt, durch Angebote im Bereich Telemedien allen Bevölkerungsgruppen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft zu ermöglichen, Orientierungshilfe anzubieten und die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und die von Minderheiten zu fördern. Für viele Menschen mit Behinderungen stellt das Internet eine vielgenutzte Möglichkeit dar, sich an der gesellschaftlichen Kommunikation zu beteiligen. Daher hat sich der MDR verpflichtet, in seinen Onlineangeboten weiter Barrieren abzubauen. Dies unterstreicht ein Test mit 93,25 Punkten der sogenannten „90plus Liste“ mit Webangeboten, die barrierefrei sind. An dem Grundsatz des Verzichts auf Werbung und Sponsoring wurde ebenso festgehalten wie an den Vorgaben hinsichtlich der inhaltlichen Ausgestaltung der Telemedienangebote (Verweildauer von Inhalten, Einhaltung der sogenannten Negativliste). Im Berichtszeitraum hat der MDR-Rundfunkrat die Telemedien-Konzepte des MDR und des KI.KA eingehend beraten und schließlich genehmigt.
3.1 MDR.DE – Die ganze Vielfalt der MDR-Programme Das Online-Angebot richtet sich hauptsächlich an die Menschen im Sendegebiet des MDR. Es umfasst die gesamte inhaltliche Vielfalt des MDR. Für Menschen mit motorischen und visuellen Einschränkungen ist MDR.DE nahezu barrierefrei. MDR.DE ermöglicht zugleich, dass sich Menschen in jenen Regionen der Bundesrepublik, in denen die linearen Programme des MDR nicht zu empfangen sind, über das Geschehen in Sachsen, Sachsen- Anhalt und Thüringen informieren können. MDR.DE spiegelt das politische, kulturelle und soziale Leben in Mitteldeutschland wider und erfüllt seinen Auftrag hinsichtlich Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung. Ein besonderes Angebot in sorbischer Sprache bedient die in der Oberlausitz lebende Volksgruppe und andere Interessierte. Die gestiegene Nutzung der MDR-Onlineangebote lässt sich an der Entwicklung der Seitenabrufe ablesen: 2008 entfielen auf das gesamte MDR-Online-Angebot 209 Millionen	**3.1 MDR.DE – Die ganze Vielfalt der MDR-Programme** Die Onlineangebote des MDR konnten auch in den Jahren 2009/2010 eine gestiegene Nutzung verbuchen: Allein 49,4 Mio. Besuche (Visits) in 2009, das waren 26 Prozent mehr als im Vorjahr. Im Rahmen dieser Besuche erzielten 2009 alle Angebote kumuliert 293,6 Mio. Pageimpression (PI). Davon entfielen 80 Prozent auf MDR.DE (235,7 Mio.), 14 Prozent auf JUMP (42,2 Mio.) und 5 Prozent auf MDR SPUTNIK. Die Nutzung von MDR.DE lag 2009 rund 29 Prozent über der von 2008. Bemerkenswert war auch die Nutzung des Online-Angebotes zu den Olympischen Winterspielen in Vancouver unter Federführung des MDR. Es konnte eine gewaltige Abrufzahl von Video- und Audiostreams verzeichnet werden. Von einem News-Desk aus wurde der gesamte Content für Hörfunk, Fernsehen und Online geplant, gesteuert und je nach Bedarf in die verschiedenen Ausspielwege gesendet. MDR.DE hat sein Engagement auf Social Network Angeboten stark

Zugriffe. MDR.DE erzielte allein insgesamt 182,5 Millionen. Im Vergleich zum Vorjahr ist das eine Steigerung um 21 Prozent.	erweitert. TV-Sendungen wie „Echt", „Barbarossa" oder „Elefant, Tiger und Co." sind genauso auf Facebook vertreten wie „Damals im Osten" oder MDR.DE selbst. Durch die Verknüpfung von Livestreams (z.B. ARD Wintersport) mit Facebook, wird zudem die Möglichkeit geschaffen, in Echtzeit über eine Fernsehsendung zu diskutieren.
Ziele und Ausblick: • Als werbe- und sponsoringfreies Telemedienangebot unterstützt MDR.DE weiterhin den Hörfunk und das Fernsehen bei der Erfüllung seines Programmauftrages und sichert einen entsprechenden thematischen Zugang über die Sendungsmarken. Die Internetangebote des MDR informieren nutzerfreundlich über den MDR, seinen Programmauftrag und seine Strukturen. • Gemäß den Bestimmungen des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages ermöglicht MDR.DE den Menschen aus dem Sendegebiet die Teilhabe an der Informationsgesellschaft, bietet Orientierungshilfe und fördert die technische und inhaltliche Medienkompetenz aller Generationen und von Minderheiten. • MDR.DE wird federführend für die ARD die Online-Olympiaberichterstattung 2010 in Vancouver produzieren. Dies soll auf einer neuen Produktionsplattform erfolgen, die Ende 2009 startet. • Der Bereich „Aktuelles" wird weiterhin gewährleisten, dass die Nutzer von MDR.DE täglich umfassend, zuverlässig und aktuell über die wichtigsten Ereignisse informiert sind. Die Zusammenarbeit mit Hörfunk, Fernsehen und den Landesfunkhäusern wird weiter ausgebaut. • Um die gesamte Vielfalt aus Spitzen-, Breiten- und Behindertensport aus dem Sendegebiet darzustellen, soll die bereichsübergreifende Zusammenarbeit im Sport weiter intensiviert werden. Die regelmäßige Übertragung von regionalen Sportereignissen über Livestream bietet eine optimale Ergänzung. Darüber hinaus engagiert sich MDR.DE auch	**Fakten und Zahlen:** • Die Nutzer waren insgesamt mit dem Online-Angebot des MDR zufrieden, ihre Erwartungen wurden zum Teil übertroffen. MDR.DE punktete vor allem mit den Themen Regionales, Sport, Wetter, Verkehr, Politik und Ratgeber. Aus einer Befragung aus dem Jahre 2009 ging hervor, dass die Nutzer generell den hohen Informationsgehalt und die Verständlichkeit der Beiträge schätzen. • An der Vorgabe, einen Mehrwert zu den klassischen Ausspielwegen, also Hörfunk und Fernsehen zu schaffen, orientierte sich MDR.DE im Berichtszeitraum. Entsprechend dem 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag wurden Verweildauerbeschränkungen umgesetzt, die jedoch ein Akzeptanzrisiko für die Angebote darstellen. • Neue Dimensionen im Nutzungsverhalten wurden beim Olympia-Online-Angebot von MDR/ARD verzeichnet. Über 10 Millionen ausgelieferte Audio- und Videostreams und weit über insgesamt 60 Millionen Seitenabrufe (Pageimpressions) wurden registriert. • Zusätzlich zu seinem bisherigen Informationsangebot stellt der MDR seit Juli 2010 eine gemeinsame Nachrichten-App von MDR AKTUELL und MDR INFO sowie drei Apps mit regionalen Inhalten für Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen kostenlos für das iPhone bereit. Damit erreichen die öffentlich-rechtlichen Qualitätsangebote stärker jüngere Menschen. Eine Verbreitung der Apps auf weitere Handybetriebssysteme (RIM, Android) wurde im Berichtszeitraum vorbereitet. Die Umsetzung erfolgt Ende Februar 2011. • Die trimediale Deskstruktur im Sportbereich wurde in 2009/2010 neben den erwähnten Erfolgen bei der Berichterstattung der Olympischen Winterspiele und Paralympics in Vancouver weiter optimiert. Dies setzte sich auch bei den unter MDR-Federführung übertragenen Boxwettkämpfen fort. Ein Schwergewicht bleibt der regionale Sport. Die Livestream-

weiterhin bei der Begleitung der vom MDR federführend betreuten Sportevents.	Übertragungen binden verstärkt auch junge Nutzer an den Sender und damit auch an seine übrigen Angebote.
3.2 Gesamtkonzept zeitsouveräne Nutzung Die Vernetzung von Hörfunk, Fernsehen und Online versetzt den MDR in die Lage, auch in der digitalen Welt zu bestehen. Der MDR hat daher begonnen, ein Gesamtkonzept zur zeitsouveränen Nutzung mit den Teilprojekten MDR MEDIATHEK, REGIONALPROJEKT und DAMALS IM OSTEN - MITTELDEUTSCHLAND 1945 BIS HEUTE umzusetzen. Die steigende Nutzung von Videos und Audios im Netz spiegeln auch die aktuellen Abrufzahlen wider. Im Monatsdurchschnitt liegen sie bei Videos bei 600.000 Zugriffen, im Audiobereich bei 770.000.	**3.2 Gesamtkonzept zeitsouveräne Nutzung** Radio- und TV-bezogene Inhalte sind stets relevant: Vor allem Erstnutzer suchen auf MDR.DE nach Informationen zu Fernsehsendungen des MDR. Im Vergleich zum Vorjahr ist auch die Bedeutung von Audios und Videos aus MDR-Programmen etwas angestiegen: Fast zwei Dritteln der Nutzer ist die MEDIATHEK auf MDR.DE wichtig, um gezielt und entsprechend persönlicher Interessen auf Beiträge zugreifen zu können. Gerade Jüngere werden davon angesprochen. Insgesamt hören und sehen sich knapp 80 Prozent der Nutzer auf MDR.DE Multimediabeiträge an. Im Berichtszeitraum hat sich der Videoabruf deutlich verstärkt. Im Monatsdurchschnitt lag er bei 1.000.000 Videos, während im Audiobereich nur 500.000 Zugriffe registriert wurden.
Ziele und Ausblick: • In der MDR MEDIATHEK sollen künftig mehr als die bislang zur Verfügung stehenden 25 Fernsehsendungen abrufbar sein. • Es wird angestrebt, in der MDR MEDIATHEK eine Untertitelung kompletter Sendungen vorzunehmen.	**Fakten und Zahlen:** • Derzeit werden 43 regelmäßig ausgestrahlte Fernsehsendungen in der MDR MEDIATHEK angeboten. MDR INFO stellt Zweidrittel seines Hörfunkangebots auf Abruf zu Verfügung. • Noch im Berichtszeitraum werden die Vorbereitungen für die Untertitelung ganzer Sendungen abgeschlossen sein. Angestrebt ist, nach der Umsetzung im ersten Quartal 2011, dass fünf Prozent der Sendungen in der MDR MEDIATHEK untertitelt werden.
3.2.1 Die Regionalprojekte Diese Angebote sollen die vielfältigen regionalen Inhalte des MDR sichtbar und vor allem nutzbar machen, um die Regionalkompetenz der Landesfunkhäuser auch im Internet zu unterstreichen. Hierzu gehören spezielle programmbegleitende regionale Onlineangebote, die durch Audios und Video on demand aus den Ländermagazinen und Nachrichtensendungen, durch regionale Veranstaltungstipps, Wetter, Verkehr sowie Programmbewerbung ergänzt werden. Seit ihrem Start konnten die drei Regionalprojek-	**3.2.1 Die Regionalprojekte** Unter den Navigationspunkten „Sachsen“, „Sachsen-Anhalt“ und „Thüringen“ wurden die vielfältigen regionalen Angebote des MDR sicht- und nutzbar gemacht, um damit die Regionalkompetenz des MDR auch im Internet zur Geltung zu bringen. In 2010 wurden im Januar durchschnittlich 2,5 Millionen Abrufe verzeichnet, im August hingegen lag die Zahl schon bei 4,9 Millionen. Im Jahresdurchschnitt konnte gegenüber 2009 eine Steigerung von 12 Prozent beobachtet werden.

te die Zugriffe insgesamt um das Sechsfache steigern. Im Januar 2009 wurden zusammen 2,6 Millionen Abrufe registriert.	
Ziele und Ausblick: • Die onlinespezifischen Videoangebote SACHSENSPIEGEL in 100 Sekunden, SACHSEN-ANHALT HEUTE in 100 Sekunden und THÜRINGEN JOURNAL in 100 Sekunden ermöglichen den Nutzern, sich unabhängig von strengen Sendeplänen über die wichtigsten regionalen Ereignisse zu informieren. Der Einsatz von weiteren Audios, Videos, Grafiken und Bildern soll dieses Angebot auf der regionalen Plattform weiter verbessern. • Die im Regionalprojekt sichtbar und nutzbar gemachten vielfältigen, regionalen Angebote des MDR sollen qualitativ und quantitativ optimiert werden. Ziel ist, die Regionalkompetenz im Internet stärker zur Geltung zu bringen.	**Fakten und Zahlen:** • Die sogenannten 100-Sekunden-Angebote der Regionalleisten SACHSENSPIEGEL, SACHSEN-ANHALT HEUTE und THÜRINGEN JOURNAL haben ihren festen Platz im Online-Angebot des MDR gefunden. Sie bieten dem Nutzer an, sich zeitunabhängig über regionale Ereignisse auf dem Laufenden zu halten. • 2009/2010 wurde das Angebot durch „Spezials“ verstärkt, in denen Inhalte zu bestimmten Themen gebündelt wurden, z. B. Opelkrise, Landtagswahlen, Skiunfall des damaligen Ministerpräsidenten Althaus, Lutherdekade oder Domjubiläum in Magdeburg.
3.2.2 DAMALS IM OSTEN Das Internet-Angebot DAMALS IM OSTEN - MITTELDEUTSCHLAND 1945 BIS HEUTE startete als letztes Teilprojekt der Zeitsouveränen Nutzung im Januar 2009. Hier soll die Kompetenz, die sich die MDR-Programme bei der Aufarbeitung der DDR- und Nachwendegeschichte über viele Jahre erworben haben, auch im Netz sichtbar werden.	**3.2.2 DAMALS IM OSTEN** Der Aufbau eines Internet-Archivs zur DDR-Geschichte ist im Berichtszeitraum weiter vorangetrieben worden. Nach Auslaufen der Pilotphase ist DAMALS IM OSTEN als ständiges trimediales Internetangebot in MDR.DE verankert. Neben der regelmäßigen Begleitung des Fernseh- und Hörfunkprogramms wurden Spezialangebote entwickelt. So wurde der Internet-Auftritt von „Das Wunder von Leipzig“ 2010 mit dem Grimme-Online-Avard ausgezeichnet. Beim „Gipfeltreffen-Ost“, einem Treffen ehemaliger Ministerpräsidenten der ostdeutschen Bundeslänger, wurde zusammen mit der Hochschule Mittweida eine neue Form eines „Videoblogs“ entwickelt.
Ziele und Ausblick: • Über die Jahre wird ein kultur- und zeitgeschichtliches Multimedia-Archiv aufgebaut, das einen wesentlichen Beitrag zur Erinnerungskultur in Deutschland leisten soll. • Die entstehende Geschichtsrubrik soll nach dem Jahr 2009 um die jüngste Geschichte Osteuropas erweitert werden. Dies korrespondiert mit dem Anspruch des MDR, aufgrund seiner geografischen Lage eine	**Fakten und Zahlen:** • Die Akzeptanz des Internetangebotes von DAMALS IM OSTEN hat sich im Berichtszeitraum kontinuierlich von 200.000 auf 430.000 Pageimpressions pro Monat (Wert September 2010) gesteigert. • Die Erweiterung der Geschichtsrubrik um die jüngste Geschichte Osteuropas soll zunächst nicht als reines MDR-Angebot, sondern zusammen über das in Vorbereitung stehende ARTE - Geschichtsportal „In-

Brücke nach Osten zu bauen. • Der interaktive Charakter des Angebots sowie die ins Netz gestellten Fragen, Erfahrungen und Erinnerungen dienen dazu, diesen Kommunikationsraum für geschichtsinteressierte Internetnutzer auszubauen.	ternational" erfolgen. Die Spezialangebote wie z. B. „Das Wunder von Leipzig" sowie „Damals nach der DDR" fanden besonderes Interesse bei den Nutzern. • Das Schulangebot „Eure Geschichte" präsentiert in der laufenden Pilotphase vier Unterrichtseinheiten. An dem Videochat „Deutschlands größte Geschichtsstunde" nahmen 16 Schulen aus allen Bundesländern teil.
3.3 Hörfunk und Internet Vor dem Hintergrund der Digitalisierung hat sich die Wettbewerbs- und Angebotssituation des Hörfunks radikal verändert. Die Bedeutung des Internets ist stark gewachsen. Die Veränderungen in der Medienwelt erfordern einerseits eine flexible Gestaltung der Medienprodukte und andererseits eine Fokussierung auf die Umsetzung innovativer und medienübergreifender Kommunikationsideen. In diesem Zusammenhang produziert der Hörfunk neben seinen klassischen Radioprogrammen schon jetzt eigenständige multimediale Angebote. Dies sind der Onlineauftritt von JUMP und das Multimediaprojekt von MDR SPUTNIK. Sie sind auch bereits in der Web 2.0-Welt vertreten. Die Verknüpfung zwischen On-Air-Auftritt und Internetangebot wird in den bestehenden Redaktionen effizient umgesetzt. Auch die Programme MDR INFO und MDR FIGARO sollen sich schrittweise im digitalen Radiozeitalter weiterentwickeln. MDR FIGARO wird in diesem Zusammenhang u. a. eine Kulturplattform aufbauen.	**3.3 Hörfunk und Internet** Für den Hörfunk ergeben sich durch die Digitalisierung und die damit einhergehende Änderung im Wettbewerb und im Mediennutzungsverhalten stetig neue Herausforderungen. Deshalb wird auf Basis des Telemedienkonzeptes der klassische Hörfunk kontinuierlich um neue interaktive und zunehmend mobil verfügbare Möglichkeiten erweitert. Feste Zuordnungen von Inhalten zu Übertragungsmedien verschwinden zusehends. Die linearen Programme wurden um non-linear nutzbare Angebote ergänzt. Dazu gehört auch die zunehmende Vernetzung mit Hörern und Nutzern in den sozialen Netzwerken. Eingebunden in den mehrstufigen Prozess begegneten insbesondere JUMP und MDR SPUTNIK den Herausforderungen der digitalen Ära mit der Entwicklung konvergenter Medienformate, dem Ausbau geeigneter technischer Produktionsplattformen sowie einer geeigneten Dritt-Plattform-Strategie. Parallel zur wellenspezifischen Weiterentwicklung der konventionellen Web-1.0-Onlinepräsenzen, haben im Berichtszeitraum MDR FIGARO, MDR KLASSIK und die MDR KLANGKÖRPER ihre Erfahrungen genutzt und die gemeinsame Plattform „myKLASSIK" / „meinFIGARO" realisiert.
3.3.1 JUMPRADIO.DE Als begleitendes Webangebot mit direktem Bezug zum Radioprogramm JUMP korrespondiert JUMPRADIO.DE eng mit dem Image der Hörfunkmarke JUMP. Aus Markensicht ist der Online-Auftritt für das klassische Radioprogramm die wichtigste visuelle Referenz. Das eng mit dem Radioprogramm verzahnte JUMPRADIO.DE begleitet und ergänzt das Radio mit viel-	**3.3.1 JUMPRADIO.DE** Über die vielfältigen Rückkanäle (jumpradio.de, JUMP COMMUNITY, soziale Netzwerke) ermöglicht JUMP in einer eigenen, nicht-kommerziellen, sozialen Struktur die Möglichkeit zur Meinungsbildung. Kampagnen und Aktionen regen die Kommunikation der Hörer untereinander sowie mit dem Sender an. JUMP räumt dieser neuen Art der Kommunikation großen Raum

fältigen Inhalten, wie Interviews, Reportagen, Fotos, Videos, Musikclips, Votings, Blogs und Serviceangeboten. Den Nutzern bietet die JUMP COMMUNITY die Möglichkeit, eigene, selbst erstellte Inhalte in einem personalisierten Profil darzustellen. Durch die Verwendung des JUMP RADIO GUIDE kann über Mobiltelefon auf die aktuelle Ausgabe von MDR AKTELL EINS30 als Videostream zugegriffen werden.	auch in seinem On-Air-Programm ein. Die Planung der Sendungen gewinnt dabei eine neue Freiheit, orientiert sie sich doch immer weniger an singulären Ereignissen, Veröffentlichungsdaten, Rückblicken oder Archivmaterial, sondern zunehmend an Echtzeitkommunikation, Dialog, Dynamik und Kampagnen.
Ziele und Ausblick: • Generelles Ziel der JUMP COMMUNITY ist die Umsetzung neuer Kommunikationsideen für das Radio. Sie wird redaktionell auch zur On-Air-Programmgestaltung genutzt, indem beispielsweise Themen generiert werden. • Mit dem JUMP RADIO GUIDE werden die mobilen Angebote über das Handy um Video- und Web-2.0-Funktionalitäten erweitert. So wird die Attraktivität hinsichtlich der orts- und zeitsouveränen Nutzung gesteigert.	**Fakten und Zahlen:** • Die Programmbegleitung jumpradio.de mit ihren verschiedenen Angeboten ist eine attraktive Ergänzung des On-Air-Programms: Über 6,5 Millionen Besucher und über 42 Millionen Seitenaufrufe wurden 2009 registriert. In der JUMP COMMUNITY haben sich seit dem Start Ende 2008 rund 20.000 Nutzer angemeldet. • Auch in den sozialen Netzwerken ist JUMP sehr erfolgreich. Über 70.000 Fans, Freunde und Follower stehen auf den verschiedenen Plattformen mit JUMP in Verbindung. Der JUMP RADIO GUIDE wurde knapp 150.000 Mal geladen und weit über eine Million Mal genutzt.
3.3.2 SPUTNIK.DE und mySPUTNIK.de SPUTNIK.de ist das jugendkulturelle Webangebot von MDR SPUTNIK, das programmbegleitende Inhalte unter Verwendung aktueller und innovativer Webtechnologien in geeigneter Form aufbereitet und für die Nutzung zur Verfügung stellt. SPUTNIK.de richtet sich an Zielgruppen, die neuen Medien und neuen Verbreitungstechnologien aufgeschlossen gegenüberstehen und diese auch nutzen.	**3.3.2 SPUTNIK.DE und mySPUTNIK.de** MDR SPUTNIK hat den Trend erkannt, neben dem klassischen Online-Angebot der sogenannten Web-1.0-Welt auch mithilfe der neuen Web-2.0-Technologien auf soziale Netzwerke zu setzen und diese programmwirksam zu nutzen.
Ziele und Ausblick: • Sogenannte virtuelle Gemeinschaften sind ein Wesensmerkmal der sich verändernden Mediennutzung. Mit der Community mySPUTNIK.de soll in diesem Sinne ein Höchstmaß an Interaktion und Kommunikation mit den Hörern erreicht werden. Diese Kommunikationsebene nutzen auch andere ARD-Jugendsender als gemeinsame Plattform für ihre Communities. Auf diese Weise können sich die Nutzer am Programm beteiligen und eigene Themen und Inhalte einbringen.	**Fakten und Zahlen:** • Im Jahr 2009 ist die Community auf mySPUTNIK.de auf über 12.000 User gewachsen. Darüber hinaus wurden für die Interaktion mit den Hörern auch SPUTNIK-Profile auf den großen Social-Media-Plattformen mit ihren großen Kommunikationspotentialen genutzt. Die SPUTNIK-Multiplattformstrategie beinhaltet sowohl die eigene Community als auch andere relevante soziale Netzwerke im Web. Spezielle "Social-Media-Redakteure" bilden hierbei ein wichtiges Bindeglied.

• Zentraler Bestandteil der Community-Applikation ist eine Nachwuchsband-Plattform zur regionalen Jugendkulturförderung. • MDR SPUTNIK versteht sich als Entwicklungslabor des MDR zur Erprobung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien. Die Nutzung innovativer und interaktiver Gestaltungsansätze ist Grundlage für die Entwicklung entsprechenden Know-hows im MDR. Mobile Dienste, wie mySPUTNIKmobile oder die SPUTNIK iPhone-Applikation, ermöglichen zunehmend die zeit- und ortssouveräne Nutzung redaktionell erstellter Inhalte.	• Die Bandplattform "Soundcheck" entwickelt sich ebenfalls positiv. SPUTNIK fördert junge Bands und Musiker aus der Region und widmet ihnen eine wöchentliche Sendung. • MDR SPUTNIK war der erste Radiosender in Deutschland mit eigener Applikation für das iPhone. Inzwischen wurde die Applikation über 130.000 Mal heruntergeladen und führte lange die Download-Charts bei den Musik-Apps an. Die kostenlose App ist auch für das Android-Betriebssystem verfügbar. Verbesserte MDR SPUTNIK-Angebote für das mobil gewordene Internet werden folgen.
3.4 Der MDR TEXT Kernmerkmale des MDR TEXT sind Aktualität, Schnelligkeit und regionale Kompetenz. Der MDR TEXT informiert ausführlich über den MDR sowie die Themen, über die in den Hörfunk- und Fernsehprogrammen berichtet wird. Dies erfolgt auf mehr als 600 Seiten mit 1.000 Unterseiten. Für hörgeschädigte Zuschauer werden Untertitel zu ausgewählten Sendungen des MDR FERNSEHEN angeboten. Der MDR TEXT ist das einzige Teletextangebot eines Dritten Programms, das in seinem Sendegebiet Marktführer ist.	**3.4 Der MDR TEXT** Im Berichtszeitraum informierte der MDR TEXT ausführlich über den MDR und seine Hörfunk- und Fernsehprogramme. Für hörgeschädigte Zuschauer wurden Untertitel zu ausgewählten Sendungen des MDR FERNSEHENS angeboten. Neben der Dokumentation "Das Wunder von Leipzig" wurden mit den Sendungen SPORT IM OSTEN und BRISANT erstmals Regel-Formate im MDR FERNSEHEN live untertitelt. Seit Mai 2010 wird auch MDR Aktuell live untertitelt.
Ziele und Ausblick: • Im MDR TEXT werden auch in Zukunft umfassende Programminformationen, sendungsbegleitende Texte, aktuelle Nachrichten sowie Service-Informationen in gewohnt hoher Qualität angeboten. • Es werden Möglichkeiten geprüft, zu besonderen Ereignissen auch umfangreiche Specials einzustellen. • Die Live-Untertitelung des MDR FERNSEHENS wird angestrebt. • Zur Steigerung der Attraktivität und gleichzeitiger Nutzung von Synergien werden im MDR TEXT auch ARD-weit bereitgestellte Inhalte übernommen.	**Fakten und Zahlen:** • Der MDR TEXT konnte im Berichtszeitraum seine Spitzenstellung im Sendegebiet behaupten: Mit einem Marktanteil von 18,7 Prozent liegt der MDR TEXT deutlich vor weiteren Anbietern. • Im Rahmen der Berichterstattung über 20 Jahre Mauerfall und Wiedervereinigung wurden Specials eingestellt. Darüber hinaus kooperiert MDR TEXT mit dem ARD TEXT bei Großereignissen. • In 2009/2010 wurden jährlich ca. 8.700 Minuten vorproduzierter Sendungen untertitelt. Der Umfang von Live-Untertitel im MDR FERNSEHEN betrug 2010 ca. 25000 Sendeminuten. • Es wurden weiterhin Teile des MDR TEXTES unter www.mdr.de/mobil für mobile Endgeräte ausgespielt. In der Zeit von 23:00 bis 7:00 Uhr übernimmt der MDR TEXT täglich die Hauptnachrichten des ARD-Textes mittels automatischer Übernahme.

4. Der MDR in der ARD Die Stärke der ARD in Hörfunk und Fernsehen gründet sich auf Leistungsfähigkeit, Kreativität und Verankerung der Landesrundfunkanstalten in den Regionen. Auch 20 Jahre nach der Friedlichen Revolution kommt dem MDR eine wichtige Bedeutung im Senderverbund zu. Das politische, kulturelle, wirtschaftliche und soziale Leben für ein gesamtdeutsches Publikum zu spiegeln, zählt zu den primären Aufgaben von Hörfunk, Fernsehen und Online des MDR. Die MDR-1-Landesprogramme bringen rund um die Uhr ihre Kompetenz in die anderen ARD-Wellen ein. Vom MDR verantwortete Fernsehsendungen zählen oft zu den Top 10 im ERSTEN. Der Programmerfolg ganzer Sendetage geht auf Einbringungen des MDR zurück.	**4. Der MDR in der ARD** Die ARD fühlt sich in ihrer föderalen Struktur dem Prinzip der Regionalität besonders verpflichtet. Der MDR garantiert seit nunmehr zwanzig Jahren eine fundierte Berichterstattung über herausragende Ereignisse in seinem Sendegebiet für DAS ERSTE, ARD-Radio und die ARD-Online-Angebote. Gleichzeitig sieht sich der MDR in der Verantwortung, den regionalen Aspekt in allen Programmsparten hervorzuheben, sowohl im Informationsbereich, als auch in fiktionalen Angeboten, beim Sport wie bei der Kultur und der Unterhaltung. Die Landesfunkhäuser haben mit ihren MDR-1-Programmen im Berichtszeitraum regionale Inhalte in die ARD-Radiowellen eingebracht.
4.1 Nachrichten und Magazine Das MDR FERRNSEHEN stellt mit seinen Zulieferungen zu den Nachrichtensendungen im ERSTEN sicher, dass dort regelmäßig und angemessen über Mitteldeutschland berichtet wird. BRISANT, das werktägliche ARD-Boulevardmagazin aus Leipzig, verantwortet jährlich 147 Sendestunden und setzt dabei qualitative und quantitative Maßstäbe. Die Magazine PLUSMINUS, TTT - TITEL, THESEN, TEMPERAMENTE, FAKT AUS LEIPZIG und GEHEIMNIS GESCHICHTE stehen für unabhängigen, innovativen, verlässlichen und ausgewogenen Fernsehjournalismus. Die Reportagen und Dokumentationen des MDR im ERSTEN leisten einen wichtigen Beitrag zur inneren Einheit und zur Aufarbeitung der deutsch-deutschen Geschichte. Sie tragen mit ihren ebenso anspruchsvollen wie eingängigen Darstellungen maßgeblich zum Geschichtsverständnis der jungen Generation bei.	**4.1 Nachrichten und Magazine** Durch seine starke Verankerung in Mitteldeutschland und damit auch der Vor-Ort-Kompetenz hat das MDR FERNEHEN authentisch und angemessen im ERSTEN über Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen berichtet. Zur Profilierung des ERSTEN als - der Informationssender – trugen neben der ARD/MDR-Aktuell-Redaktion auch die Magazine FAKT, PLUSMINUS, TITEL-THESEN-TEMPERAMENTE und GEHEIMNIS GESCHICHTE sowie zahlreiche Reportagen und Dokumentationen des MDR bei. Eine besondere Rolle nahm hierbei BRISANT ein. Die ebenfalls vom MDR produzierte Sendung fand 2010 den meisten Zuspruch unter den deutschsprachigen Boulevardmagazinen. Die Auseinandersetzung mit der jüngsten deutschen Geschichte setzte in zeitgeschichtlichen Features Akzente im entsprechenden Programmbouquet der ARD.
Ziele und Ausblick: • Die programmlichen Einbringungen für TAGESSCHAU, TAGESTHEMEN, MORGEN-, MITTAGS- UND NACHTMAGAZIN - und damit das Bild Mitteldeutschlands in den wichtigsten bundesdeutschen Nachrichtensendungen - sollen auf Basis des bestehenden Volumens weiter profiliert werden.	**Fakten und Zahlen:** • Im Berichtszeitraum hat die Redaktion ARD/MDR AKTUELL für TAGESSCHAU, TAGESTHEMEN, MORGEN-, MITTAGS- und NACHTMAGAZIN 650 Reporterstücke und 340 kurze Nachrichtenfilme zugeliefert. Hinzu kamen vier Sondersendungen und drei ARD-BRENNPUNKTE.

• BRISANT wird sich weiter den so genannten Alltags- und Boulevardthemen widmen. Maximen sind die journalistischen und ethischen Qualitätsstandards des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Um weitere Zuschauerschichten zu erschließen, sollen medienübergreifende Aktivitäten deutlich forciert werden. • Das vom MDR in Koproduktion mit anderen ARD-Anstalten konzipierte Geschichtsmagazin GEHEIMNIS GESCHICHTE hat seine Erprobungsphase erfolgreich absolviert und wird 2009 mit zunächst fünf Ausgaben im Abendprogramm platziert. • Unter Federführung des MDR entsteht 2009 die vierteilige Doku-Reihe KRIEGSKINDER über Kinderschicksale in Deutschland und den besetzten Ländern des Zweiten Weltkrieges. • Das MDR FERNSEHEN beteiligt sich an der Fortsetzung der ARD-Feature-Reihe DEUTSCHLAND, DEINE KÜNSTLER und im Rahmen seiner ARD-Quote mit regelmäßigen Beiträgen an der Reihe BILDERBUCH. • Das religiöse Leben in Mitteldeutschland dokumentieren 2009/2010 jeweils zwei Gottesdienstübertragungen. Für den Fall, dass Papst Benedikt XVI. 2010 Deutschland besucht, sind weitere Aktivitäten im Sendegebiet vorgesehen.	• Ein stärkerer journalistischer Anstrich des ARD-Boulevardmagazins BRISANT wurde auch von den Zuschauern honoriert. In einer ARD-Studie rangiert das vom MDR produzierte Magazin hinsichtlich Seriosität, Sensibilität und Glaubwürdigkeit auf Platz Eins unter allen deutschen Boulevardsendungen. • Die fünf Ausgaben des Geschichtsmagazins GEHEIMNIS GESCHICHTE wurden 2009 ausgestrahlt. Eine Fortsetzung im Jahr 2010 war nicht mehr vorgesehen. • Die vierteilige Doku-Reihe KRIEGSKINDER wurde mit einem umfangreichen Internetauftritt produziert und im ERSTEN, wie auch im MDR FERNSEHEN, mit großem Publikumszuspruch ausgestrahlt. • Mit einem Portrait über Iris Berben hat sich der MDR an der erfolgreichen ARD-Reihe DEUTSCHLAND, DEINE KÜNSTLER beteiligt. Die Reihe BILDERBUCH wurde inzwischen eingestellt. • Wie in den Vorjahren wurden auch 2009/2010 jeweils zwei Gottesdienste in der ARD übertragen. Der Papst-Besuch von S.H. Benedikt XVI. fand nicht statt.
4.2 Sport trimedial Eine besondere Herausforderung stellt für den MDR die ARD-Federführung für die Olympischen Winterspiele 2010 in Vancouver dar. Dieses Großereignis wird trimedial in Fernsehen, Hörfunk und Telemedien begleitet. Es gilt aber, nicht nur die Wettkämpfe und die Ereignisse rund um die Kampfstätten logistisch und programmlich zu bewältigen, sondern mit der Einführung des hochauflösenden Fernsehens HDTV auch noch eine schwierige technologische Hürde zu nehmen. Darüber hinaus werden das MDR FERNSEHEN und die Sportredaktionen bei MDR INFO und den MDR-Landesfunkhäusern qualitativ und quantitativ wichtige und herausragende Sportveranstaltungen für das ERSTE und die ARD-Radioprogramme übertragen.	**4.2 Sport trimedial** Die Federführung des MDR für die ARD-Berichterstattung von den Olympischen Winterspielen in Vancouver 2010 wurde mit großem Erfolg absolviert. Neben dem trimedialen Konzept, Hörfunk, Fernsehen und Internet aus einem Guss zu planen und zu produzieren, stand auch die erfolgreiche Premiere des hochauflösenden Fernsehens HDTV bei diesem Großereignis auf der Agenda. Dem schlossen sich unmittelbar die Paralympics, die Winterspiele der Behinderten, an. Auch die umfangreiche Berichterstattung dazu fand bei den Zuschauern großen Anklang. Darüber hinaus hatte der MDR in 2009/2010 die Federführung für das ARD-Boxen und den Wintersport inne.

Ziele und Ausblick: • Die erfolgreichen Federführungen des MDR werden fortgesetzt. Auch für das Jahr 2010 stehen, neben der ARD-Federführung für die Olympischen Winterspiele, die logistische und programmliche Verantwortung für die Wettkampfübertragungen in der Nordischen Kombination, im Bob und auch bei voraussichtlich zehn Kämpfen im Rahmen der Reihe BOXEN IM ERSTEN an. • Die großen Sportevents in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen, wie der Biathlon-Weltcup in Oberhof oder Skispringen in Klingenthal, werden auch für die ARD-Hörfunkwellen in gewohnter Qualität und Quantität von kompetenten und überregional bekannten Sportreportern von MDR INFO und den MDR-1-Landesprogrammen aufbereitet.	**Fakten und Zahlen:** • Die Berichterstattung von den Olympischen Winterspielen in Vancouver 2010 wurde mit Spitzenmarktanteilen von bis zu 46 Prozent erfolgreich abgeschlossen. Zeitweilig haben elf Millionen Zuschauer das Sportgeschehen am Bildschirm verfolgt. Der MDR hat an neun Sendetagen die Herstellung von 136 Stunden Sendevolumen koordiniert. Hinzu kamen 125 Stunden für Digital-ARD und ca. 25 Stunden Zulieferung für Magazine und Nachrichtensendungen. An zehn bzw. elf Kampfabenden verantwortete der MDR die Reihe BOXEN IM ERSTEN mit Spitzenmarktanteilen von 36 Prozent. • Sport in den Hörfunkprogrammen der ARD und im Online-Livestream waren im Berichtszeitraum ebenfalls Zuhörer- und Usermagneten. Wintersportereignisse und Fußball-Spiele wurden von kompetenten Sportreportern von MDR INFO und den MDR-1-Landesprogrammen live kommentiert oder in Beiträgen, Schalten und Zuspielungen aufbereitet.
4.3 Serien, Fernsehfilme und DEBÜT IM ERSTEN Die erfolgreichen fiktionalen Unterhaltungsangebote des ERSTEN bauen maßgeblich auf Einbringungen des MDR auf. Die ARD-Marktführerschaft an Dienstagen gründet sich auf die Serien FAMILIE DOKTOR KLEIST, UM HIMMELS WILLEN und Deutschlands erfolgreichste Krankenhausserie IN ALLER FREUNDSCHAFT. Neben dem unterhaltenden Element sollen durch die Etablierung der Spielorte im MDR-Sendegebiet die Stärkung der regionalen Identität und damit auch standortpolitische Aspekte berücksichtigt werden. Ähnliches gilt auch für die Fernsehfilme. Die Krimi-Produktionen TATORT und POLIZEIRUF 110 erreichen regelmäßig Spitzeneinschaltquoten. Dem MDR ist es mit der Entwicklung neuer Kommissarfiguren gelungen, die bereits hohe Akzeptanz für seine TATORTE weiter zu steigern. Das MDR FERNSEHEN setzt in 2009/2010 die Tradition der fiktionalen Geschichtsaufarbeitung fort. Der MDR legt Wert darauf, dass der Löwenanteil seiner fiktionalen Angebote an einheimische Produzenten vergeben wird.	**4.3 Serien, Fernsehfilme und DEBÜT IM ERSTEN** Großer Beliebtheit bei Zuschauern im gesamten Bundesgebiet erfreuten sich im Berichtszeitraum die vom MDR größtenteils im Sendegebiet produzierten Serien, Fernseh- und Spielfilme. Mit den Dienstagsserien IN ALLER FREUNDSCHAFT, FAMILIE DR. KLEIST, TIERÄRZTIN DR. MERTENS, UM HIMMELS WILLEN wie auch der von der Kritik hoch gelobten sechsteiligen Geschichtsserie WEISSENSEE und bei Einzelproduktionen wie ZEIT DER KRANICHE, LIEBE FÜR FORTGESCHRITTENE, TANGO IM SCHNEE und MASSERBERG blieb der MDR seinem Anliegen treu, dem Gemeinschaftsprogramm gleichermaßen anspruchsvolle, unterhaltsame und quotenstarke Beiträge und Sendungen zu liefern. Das MDR FERNSEHEN legte auch bei seinen fiktionalen Krimi-Produktionen POLIZEIRUF 110 und TATORT Wert darauf, die mitteldeutsche Region und das Leben der Menschen abzubilden. An der „Hauspolitik“, mit einheimischen Prozenten zusammenarbeiten, wurde festgehalten.

Ziele und Ausblick: • Das MDR FERNSEHEN wird entsprechend seiner Zulieferquote 2009/2010 pro Jahr drei TATORTE und zwei POLIZEIRUF 110 produzieren. • Programmerstellung in der Region ist für das MDR FERNSEHEN wichtiges Vergabekriterium. • Zum Anlass des 20. Jahrestages des Mauerfalls bringt der MDR die Filmproduktion ROMEO UND JUTTA in das ERSTE ein. • In Vorbereitung sind die Fernsehfilme MASSERBERG, DIE MUTPROBE und ZEIT DER KRANICHE. In der Tradition der Geschichtsaufarbeitung entsteht das Projekt DER URANBERG, in dem es um die Urangewinnung für sowjetische Atombomben im Erzgebirge geht. • Mit einem „Debüt-Film" pro Jahr beteiligt sich der MDR an dieser ARD-Reihe. Die Erstlingswerke von Nachwuchsregisseuren aus der Region entstehen als Koproduktion mit der Mitteldeutschen Medienförderung.	**Fakten und Zahlen:** • Die Zulieferquote blieb in 2009/2010 für TATORT und POLIZEIRUF stabil. Mit der Entwicklung neuer Kommissarfiguren konnte der MDR die bereits hohe Akzeptanz für seine TATORTE weiter steigern. • Die Serien und Fernsehfilme trugen mit ihrer Ausstrahlung in der ARD dazu bei, Mitteldeutschland mit seinen Besonderheiten und seinen Lebenswelten dem Publikum in ganz Deutschland nahe zu bringen. • Die Tradition der fiktionalen Geschichtsaufbereitung fand 2009 in der Komödie ROMEO UND JUTTA ihren humoristischen Niederschlag im ERSTEN. • Die Fernsehfilme MASSERBERG und DIE ZEIT DER KRANICHE waren außerordentliche Zuschauererfolge und setzten Zeichen durch exzellente filmische Umsetzung. Der Film DER URANBERG, in dem es um die Urangewinnung für sowjetische Atombomben im Erzgebirge geht, wurde fertig gestellt. • An der ARD-Reihe „Debüt" beteiligte sich der MDR mit einem Film pro Jahr. So sind die Kinofilme MEER IS NICHT und FREI NACH PLAN entstanden; sie wurden gefördert mit Mitteln der Mitteldeutschen Medienförderung.
4.4 Unterhaltung Die volkstümliche Unterhaltung ist nach wie vor ein Quotengarant am Samstagabend, besonders die FESTE DER VOLKSMUSIK. Das MDR FERNSEHEN stellt sich der Herausforderung, dieses Genre mit neuen Ideen und Gestaltungsformen behutsam zu modernisieren. Die ebenfalls vom MDR FERNSEHEN übertragene große Award-Verleihung, der BAMBI, und das Charity-Spenden-Event, die JOSÉ-CARRERAS-GALA, erfreuen sich eines großen Zuschauerzuspruchs. Awards und Charity werden damit dem Anspruch gerecht, ein Programmangebot für jung und alt zu sein und zudem gemeinnützigen Zwecken zu dienen.	**4.4 Unterhaltung** Bei seinen Zulieferungen im ARD-Unterhaltungsbereich setzte der MDR im Berichtszeitraum auf bewährte Formate wie die JOSÉ CARRERAS GALA und den traditionsreichen Medienpreis „BAMBI" 2009/2010. Die Samstagabendformate KRONE DER VOLKSMUSIK und insbesondere die FESTE DER VOLKSMUSIK wurden im Berichtszeitraum von der reinen Volksmusiksendung zu einer Show aus verschiedenen Genres weiterentwickelt. Damit konnten auch Interpreten und Künstler aus der nationalen und internationalen Schlagerszene für diese Sendereihe gewonnen werden.

Ziele und Ausblick: • Die vom MDR produzierten FESTE DER VOLKSMUSIK werden 2009/2010 fortgesetzt. • Der bedeutendste deutsche Medienpreis BAMBI wird auch in den kommenden Jahren vom MDR übertragen. • Der MDR wird sich aktiv an der Aufgabe beteiligen, neue Felder der Unterhaltung zu besetzen und damit die Möglichkeit zu schaffen, jüngeres Publikum in diesem Programmsegment an das ERSTE zu binden.	**Fakten und Zahlen:** • Der MDR hat 2009/2010 jährlich fünf Ausgaben der FESTE DER VOLKSMUSIK für die ARD produziert. Die Reihe wurde weiterentwickelt. • Die Übertragungen der BAMBI-Verleihungen, wie auch im Vorfeld TRIBUTE TO BAMBI, stießen auf hohe Zuschauerresonanz. • Der zuständige MDR-Programmbereich beteiligte sich über die ARD-Unterhaltungskoordination an der Entwicklung neuer und der Profilierung bestehender Formate in der ARD.
4.5 ARD-Radio Die ARD-Hörfunkwellen behaupten sich weiter klar auf dem bundesdeutschen Radiomarkt. Fast 37 Millionen, also gut die Hälfte der Einwohner der Bundesrepublik, hören werktäglich mindestens eines der öffentlich-rechtlichen Radioprogramme. Dieser Erfolg gründet sich auf Vollprogrammen, Nachrichtenradios, Kultur- und Jugendwellen sowie vielen anderen Spartensendern. Beachtliche Akzeptanz erreichen die Informations- und Kulturangebote. Bewährt hat sich hier die Praxis gegenseitiger Zulieferungen. Wie auch MDR FIGARO die Kulturradios, beliefern die MDR-1-Landesprogramme alle anderen ARD Sender, das Deutschlandradio und die Deutsche Welle mit Einzelbeiträgen und Sendungen unterschiedlicher Gattungen. MDR INFO stellt HR, BR und SWR sein Nachtprogramm zur Übernahme zur Verfügung.	**4.5 ARD-Radio** Die Deutschen und deutschsprachigen Ausländer haben in den letzten beiden Jahren mehr Radio gehört. Damit genießt das „Überall-Medium“ Hörfunk in Deutschland trotz aller intra- und intermedialer Veränderungen im Markt weiterhin eine große Wertschätzung und ist für die große Mehrheit der Mediennutzer ein wichtiger Tagesbegleiter. Die Hälfte aller Einwohner der Bundesrepublik nutzte an Werktagen mindestens einmal ein Radioprogramm der ARD. Die einzelnen Landesrundfunkanstalten, das Deutschlandradio und die Deutsche Welle leben von den gegenseitigen Zulieferungen. Das betraf im Berichtszeitraum die MDR 1-Landesprogramme, MDR INFO und MDR FIGARO.
Ziele und Ausblick: • Die Hörfunkprogramme der Landesfunkhäuser werden auch weiterhin in gewohnter Qualität und Quantität die anderen öffentlich-rechtlichen Radiowellen mit aktuellen Themen aus Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen versorgen und damit auch zur eigenen Profilierung beitragen. • Der MDR bemüht sich weiterhin, innerhalb der ARD-Radios aktuelles Zeitgeschehen, die kulturelle Landschaft, neue Wissenschaftsentwicklungen und Landestypisches abzubilden. Damit leistet der MDR einen	**Fakten und Zahlen:** • Auch 2009/2010 haben die Hörfunkprogramme der MDR-Landesfunkhäuser regionale und auch überregionale Inhalte strukturiert den ARD-Radio-Häusern angeboten. • Der MDR hat 2009/2010 die Jubiläen „20 Jahre Friedliche Revolution“ und „20 Jahre Wiedervereinigung“ aus allen drei Ländern in Form von Schalten, Reportagen und Live-Sendungen für das ARD-Radio aufberei-

wichtigen Beitrag zur Integration seiner Staatsvertragsländer in die Gemeinschaft der anderen Bundesländer. • MDR FIGARO beteiligt sich im Sommer 2009 am gemeinsamen ARD-RADIOFESTIVAL aller Kulturprogramme und ist dabei für die tägliche Musikstrecke von 20:05 Uhr bis 22:30 Uhr und die Gesamtkoordination verantwortlich. Auch 2010 wird sich MDR FIGARO verantwortlich in die Gestaltung des Festivals einbringen.	tet. Das galt auch für überregionale Ereignisse, wie den Besuch von US-Präsident Obama in Sachsen und Thüringen. • MDR FIGARO war im Berichtszeitraum erstmals Gastgeber des Folklorefestivals der Europäischen Rundfunkunion. Darüber hinaus richtete das MDR-Kulturradio den „Salzburger Stier", den renommiertesten Kleinkunstpreis im deutschen Sprachraum und die ARD-Hörspieltage aus. Die Beteiligung und Federführung am gemeinsamen ARD-Radiofestival aller Kulturprogramme verlief erfolgreich.
5. Innovation und Technik Die Medienlandschaft unterliegt derzeit einem Wandel, der schneller und radikaler verläuft als je zuvor. In immer kürzeren Abständen verändern Neuerungen technische Standards und damit auch Produktionsweisen sowie Angebots- und Nutzungsformen von Medien. Neben der fortschreitenden Digitalisierung aller Übertragungswege stellt der Einstieg in die Übertragung von hochauflösendem Fernsehen (HDTV) sowie in Web 2.0-Angebote eine besondere Herausforderung für den MDR dar.	**5. Innovation und Technik** Die Erstellung einer HD-fähigen Infrastruktur für die vom MDR verantworteten Übertragungen der Olympischen Winterspiele in Vancouver und eigenen ARD-Produktionen wie BRISANT und FAKT sowie im Sportbereich stellte eine besondere Herausforderung im Berichtszeitraum dar. Diesem Schritt werden weitere folgen, um den technischen Standard für ein hochauflösendes Fernsehen (HDTV) im MDR zu gewährleisten. Der Start eines durchgängigen bandlosen Workflows im MDR-Fernsehen zählte ebenfalls zu den Schwerpunkten.
5.1 Programmproduktion Die HDTV-Strategie von ARD und ZDF sieht die schrittweise Einführung des hochauflösenden Fernsehens ab 2010 vor. Der Beginn des Regelbetriebs von HDTV im ERSTEN ist beim MDR an die ARD-Federführung für die Olympischen Winterspiele 2010 gekoppelt.	**5.1 Programmproduktion** Der MDR hat die technischen Voraussetzungen für die schrittweise Einführung des HD-Fernsehens im Ersten geschaffen. Zwei Produktionsregien und ein Schnittplatz wurden umgebaut. EB-Teams und technische Infrastruktur wurden ebenfalls umgestellt.
Ziele und Ausblick: • Der MDR wird alle technischen Voraussetzungen schaffen, um den Regelbetrieb von HDTV abzusichern. Darüber hinaus sind auch die ab Anfang 2010 erforderlichen HD-Programmzulieferungen für das ERSTE zu gewährleisten. • Die Voraussetzungen für einen durchgängigen bandlosen Workflow von der Akquisition bis zur Archivierung werden geschaffen. Einzelne	**Fakten und Zahlen:** • Mit der Berichterstattung über die Olympischen Winterspiele in Vancouver 2010 hat der MDR für die ARD den Einstieg in das hochauflösende Fernsehen erfolgreich realisiert. Auf dieser Basis konnte die Zulieferung von Wintersport und Boxen sowie von Regelformaten, wie BRISANT und FAKT, für die ARD erfolgen. • Der durchgängige bandlose Workflow wurde weiter ausgebaut. Im Juni 2010 wurden Einspielstationen für den automatischen Transfer von

Inseln sind bereits realisiert und im praktischen Einsatz. Die Ausweitung in den Bereichen Aufnahme, die Einbindung eines digitalen Archivs und die Integration externer Produktionsdienstleister stellen die nächsten Schritte dar. • Neue technische Möglichkeiten und der zunehmende Kostendruck erfordern eine immer stärkere Verflechtung von redaktioneller Arbeit und produktionstechnischer Umsetzung. • Mit einer einheitlichen Web-Content-Management-Plattform für die Telemedien-Angebote des MDR werden die notwendigen technischen Voraussetzungen für eine moderne Produktion geschaffen. Die technische Aufbereitung des digitalen Contents für die verschiedenen Nutzungsarten hat zunehmenden Einfluss auf den Produktionsprozess.	Material in den Landesfunkhäusern und der Fernsehzentrale Leipzig installiert. Die Installation eines digitalen Archivsystems wird im Rahmen einer Pilotphase getestet. • Im Multimediadesk wurden im Berichtszeitraum weitere Sendeverfahren eingebunden. Neben MDR-AKTUELL-EINS30, MDR REGIONAL-Kompakt und LÄNDERZEIT wird zunehmend auch Material für MDR AKTUELL, MDR INFO und MDR.DE bearbeitet. • Die bandlose Programmproduktion als Basis des medienübergreifenden Arbeitens und die Einführung von HDTV stellen ein sehr komplexes und vernetztes System dar. Standardlösungen sind auf dem Markt nicht verfügbar; Entwicklungsarbeit und sukzessives Vorgehen sind gefordert.
5.2 Programmverbreitung Vor dem Hintergrund der fortschreitenden Digitalisierung und neuer Rundfunktechnologien soll auch weiterhin ein freier und unverschlüsselter Zugang zu den MDR-Programmangeboten auf allen relevanten Verbreitungswegen gewährleistet bleiben. Im Mittelpunkt der Aktivitäten 2009/2010 stehen die Umstellung auf HDTV, der Neustart Digitalradio und der weitere Ausbau Internet-Protokoll-basierter Übertragungswege. In den kommenden Jahren gilt es, die Entwicklung des digital-terrestrischen Fernsehens DVB-T weiter zu beobachten und entsprechende Maßnahmen für den MDR abzuleiten.	**5.2 Programmverbreitung** Im Februar 2010 erfolgte der Start des HDTV-Regelbetriebes von ARD und ZDF. Seitdem werden Programmanteile des ERSTEN zunehmend in HDTV produziert und ausgestrahlt. Das unverschlüsselte und ohne Zusatzentgelte verfügbare Angebot stieß bei Zuschauern auf große Akzeptanz. DVB-T, das digital-terrestrische Fernsehen, konnte im Berichtszeitraum seine Marktposition im Sendegebiet behaupten. Laut einer Studie der Medienanstalt Sachsen-Anhalt genießt gerade bei Jugendlichen das digitale Antennenfernsehen eine hohe Akzeptanz. Die Digitalisierungsbemühungen des terrestrischen Hörfunks führten hingegen zu keiner endgültigen Richtungsentscheidung.
Ziele und Ausblick: • Die Marktentwicklung mobiler Broadcast-Plattformen soll weiter beobachtet werden. Die erfolgreichen Tests erster Anwendungen für Handys und Handhelds werden ausgewertet und in Abhängigkeit von der Entwicklung auf weitere Bereiche ausgedehnt. • In der Hörfunkübertragung wird UKW auf mittlere Sicht weiter Standard bleiben. Um die Entwicklungsmöglichkeit des Radios zu sichern,	**Fakten und Zahlen:** • Mobile Broadcasting-Plattformen haben im Berichtszeitraum keine bedeutende Weiterentwicklung am Markt erfahren. Insofern gab es keinen Handlungsbedarf. Jedoch verzeichnen Smartphones steigende Absatzzahlen, die in Kombination mit mobilen Internetzugängen eine mobile Online-Mediennutzung ermöglichen. • Die geplante Digitalisierung des terrestrischen Hörfunks blieb nach wie vor ein schwieriger Prozess, der bis Mitte September 2010 zu keiner

haben sich Marktteilnehmer und Industrie auf einen Neustart auf Basis der DAB-Systemfamilie verständigt. Für die ARD soll deshalb ein Neustart des Digitalradios im Jahr 2009/2010 erfolgen. • Vor dem Hintergrund des Neustarts des Digitalradios und der Digitalisierung der Übertragungswege muss mittelfristig das Für und Wider einer Verbreitung von Hörfunkprogrammen über analoge Mittelwelle diskutiert werden.	eindeutigen Richtungsentscheidung führte. Trotz der strategischen Notwendigkeit, langfristig einen digitalen terrestrischen Verbreitungsweg für das Radio zu etablieren, wurden Projektmittel seitens der KEF nicht endgültig freigegeben. • Die Diskussion des Für und Wider der Hörfunkverbreitung über Mittelwelle ist nicht abgeschlossen. Sowohl vor dem Hintergrund der Digitalisierung des terrestrischen Hörfunks als auch der aktuellen Einsparzwänge muss eine Lösung forciert werden.
5.3 Technische Entwicklungen Die Auswirkungen der Digitalisierung sind auf allen Ebenen spürbar. Sie werden durch die beabsichtigte Abschaltung der analogen Satellitenverbreitung ab 2011 für die Zuschauer verstärkt. Steigenden Anforderungen an die Programmproduktion erfordern auch die Einführung neuer Technologien und Systeme. Dadurch ergeben sich neue Möglichkeiten, um das medien- und redaktionsübergreifende Arbeiten voranzutreiben. Mit dieser Entwicklung sind höhere Anforderungen an Leistungsfähigkeit und Verfügbarkeit der IT-Dienste verbunden. Schwerpunktprojekte in diesem Zusammenhang sind die Einrichtung eines medienübergreifenden Redaktionssystems sowie crossmedialer Recherchemöglichkeiten.	**5.3 Technische Entwicklungen** Bei Ersatzbeschaffungen für die HF- und FS-Produktion werden einerseits die Anforderungen an eine multimediale Produktion und andererseits Voraussetzungen für das redaktionsübergreifende Arbeiten berücksichtigt. Die Abschaltung der analogen Satellitenverbreitung wurde zwischenzeitlich auf den 30. April 2012 verschoben.
Ziele und Ausblick: • Bei der Hörfunk- und Fernsehproduktion kommen verstärkt IP-basierte Technologien zum Einsatz, d. h. Lösungen, die das Internet-Protokoll nutzen. • Im Rahmen der planmäßigen Umstellung auf bandlos vernetzte Fernsehproduktion wird sich die Anzahl bandgestützter Aufzeichnungsgeräte (MAZ) spürbar verringern. Ferner werden neue Komprimierungsverfahren für die bisherigen und die HD-Produktionen zum Einsatz kommen. • Die Voraussetzungen für die HDTV-Produktion und damit verbunden für Mehrkanalton werden innerhalb des MDR schrittweise geschaffen. In diesem Zusammenhang werden die Anforderungen an die Netzwerkinfrastruktur enorm steigen.	**Fakten und Zahlen:** • Mit der fortschreitenden Etablierung bandloser vernetzter Workflows hat die Nutzung des Datennetzwerks, also IP-basierter Technologien, weiter zugenommen. • Im Zuge der Schaffung eines durchgängigen bandlosen Workflows wurde die Technik des HiRes-Fernseharchivs installiert. Derzeit laufen die technischen Tests. Eine zentrale Komponente der vernetzten bandlosen Produktion ist das Content-Management-System Fernsehen. Derzeit wird an dessen Upgrade gearbeitet. • Für den Fernsehbereich wurden die HD-Fähigkeit sowie die Mehrkanalton-Fähigkeit sichergestellt. Die Regie 1 wurde für die HD-Übertragungen von den Olympischen Spielen in Vancouver umgebaut. Dies ist allerdings nur ein erster Schritt. Die Herstellung einer HD-

• Im Hörfunk wird die Programmproduktion im Mehrkanalton durch die Parallel-Abstrahlung über DVB-S schrittweise gesteigert. • Um den Erwartungen der Hörer und Zuschauer zu entsprechen, werden Angebote für eine zeit- und ortsunabhängige Nutzung erprobt und etabliert. Die linearen Hörfunkprogramme werden durch Telemedien und Webchannel ergänzt. Dies stellt auch hohe Anforderungen an die Fortentwicklung der technischen Systeme im MDR. • Um die Zuschauer zu informieren, sind im Zuge der beabsichtigten Abschaltung der analogen Satellitenverbreitung und auch der ab 2010 vorgesehenen Einführung von HDTV umfassende Kommunikationsmaßnahmen notwendig.	fähigen Infrastruktur ist erheblich umfassender und wird in den nächsten Jahren eine Reihe von Ersatzmaßnahmen erfordern. In 2010 erfolgte die Erneuerung der Regie 2, so dass der MDR jetzt über zwei mehrkanaltonfähige HD-Regien verfügt. • Vorrangig im Programm von MDR FIGARO haben Konzertübertragungen in Mehrkanalton mittlerweile feste Sendeplätze. • Im Online-Bereich wurde im Vorfeld der Berichterstattung von den Olympischen Winterspielen in Vancouver ein neues mandantenfähiges Web-Content-Management-System eingeführt. Dieses System stellt eine Plattform für verschiedene Online-Angebote dar, wobei als erster Mandant das Olympia-Angebot für Vancouver realisiert wurde. Die Resonanz auf dieses Angebot war sehr positiv. Als zweiter Mandant wurde das Angebot KIKANINCHEN auf dieser Plattform realisiert. • Die Kommunikationsmaßnahmen wurden durch ein zentrales Projektbüro von ARD, ZDF, RTL und ProSieben Sat.1 gestartet. Im MDR bereitet eine interne Arbeitsgruppe einen Maßnahmenkatalog für die Umsetzung in den MDR-Programmen vor.
6. MDR-Leitlinien für die programmbezogenen Kooperationen mit Dritten Der MDR betrachtet die klare Trennung von Werbung und Programm als wesentlichen Maßstab für seine Glaubwürdigkeit. Deshalb wird der MDR alle von den ARD-Intendanten beschlossenen Maßnahmen zur Vermeidung von Schleichwerbung auch in seinen Programmangeboten umsetzen. Die Juristische Direktion beschäftigt sich in Zusammenarbeit mit den Hörfunk- und Fernsehdirektionen, den Landesfunkhäusern, dem ARD/ZDFKinderkanal und der Hauptabteilung Neue Medien nach Bedarf mit Einzelfragen und schreibt kontinuierlich den bestehenden Regelungs- und Klärungsbedarf fort. Dem MDR Rundfunkrat wird jährlich ein Bericht über Kooperationen mit Dritten vorgelegt.	**6. MDR-Leitlinien für die programmbezogenen Kooperationen mit Dritten** Der Bericht des MDR über Kooperationen mit Dritten für das Jahr 2009 wurde dem Rundfunkrat am 27. September 2010 vorgelegt. Der Kooperationsbericht 2010 folgt im kommenden Jahr.