

Berlin, 24. Februar 2023

Sehr geehrte Frau Dr. Vernau,

bei der Belegschaftsversammlung am Mittwoch haben Sie uns mitgeteilt, dass sich der rbb das „ARD-Mittagsmagazin“ von kommendem Jahr an nicht mehr leisten können. Das wollen wir als Redaktion nicht hinnehmen ohne Sie darauf hinzuweisen, was aus unserer Sicht durch Ihre Entscheidung auf dem Spiel steht. Für den rbb, die ARD und den Auftrag, den wir als öffentlich-rechtliche Sendeanstalt haben.

Als leitende Kriterien bei Ihrer „Weichenstellung“ nennen Sie unter anderem „Regionalität, Relevanz, die Hauptstadt und Perspektiven des Ostens“. Ihnen ist bestimmt bewusst: Das Mittagsmagazin ist momentan das einzige Nachrichtenmagazin der ARD, das aus dem Osten kommt. Ausgestrahlt in ARD und ZDF verschafft unsere Sendung mit einer Reichweite von täglich bis zu 3,2 Millionen Zuschauern Themen aus Berlin und Brandenburg eine große deutschlandweite Publizität.

Seit dem Umzug der Sendung nach Berlin hat sich der Anteil der ARD-Sendeminuten aus dem rbb verzehnfacht. Viele in unserem Team sind im Osten Deutschlands aufgewachsen. Wir sind ost- und westdeutsch, weiblich, kulturell vielfältig, queer und damit nicht nur die diverseste, sondern auch die jüngste Kopfredaktion in der ARD. Die redaktionelle Vielfalt bereichert die Perspektivenbildung in unserem Programm.

Wenn sich der rbb das MiMa „nicht mehr leisten kann“, dann verabschiedet er sich aus unserer Sicht von vielen journalistischen und kreativen Köpfen, die genau die Qualifizierungen mitbringen, die der Sender gerade jetzt dringend braucht. Für eine digitale Transformation, die Wert legt auf exzellente und relevante journalistische Inhalte und neue Darstellungsformen. Denn wir sind mehr als die lineare Sendung im Ersten.

Wir stehen für...

... **digitale Erneuerung und Formatentwicklung:** Unser crossmedial angelegtes YouTube-Angebot bindet junge Talente an die Redaktion, die sowohl den Ansprüchen der ARD als auch Erzählformen im Netz genügen. Das von unserer Redaktion mit-initiierte crossmediale Projekt „Zeit für Local Heroes“ (rbb/BR 2021) kann als Blaupause dienen für vom Inhalt her gedachte crossmediale Projekte.

... **das Dual Use-Prinzip:** Unsere YouTube-Reportagen erreichen über die Ausstrahlung im Mittagsmagazin und im rbb auch linear Millionen von Zuschauern. Die so erzielten Synergien können vorbildhaft sein für den gesamten rbb.

... **Fokus auf Relevanz und exklusive Recherchen:** In mehreren Use Cases haben wir Konzepte erarbeitet, wie crossmediale Ausspiele mit inhaltlicher Substanz und erzählerischer Schlagkraft in rbb und ARD gelingen können.

... **die Strategie der kumulativen Reichweite:** Beispiel: Die Reportage-Serie „Und jetzt. Angekommen in Berlin“ über die Ankunft Geflüchteter aus der Ukraine in Berlin und Brandenburg hat durch diverse Übernahmen insgesamt 8 Millionen Zuseher erreicht.

... **ein Distributionsnetzwerk**, das als Beispiel dienen kann für erfolgreich gelebte Zusammenarbeit innerhalb der ARD. Davon kann der gesamte rbb auf seinem Weg zu mehr digitalen Inhalten profitieren.

... **mediathekskompatible und seriell erzählte Langzeitbeobachtungen**, siehe „Alles anders“– eine Reportage-Serie aus den ersten Wochen der Pandemie, die auch als „Story im Ersten“ lief.

... **nahbaren und verständlichen Politikjournalismus**, der die Anliegen der Menschen aus den Regionen zu den verantwortlichen Politikern in der Hauptstadt trägt. Mit unseren hintergründigen Schwerpunkten (Betroffenen-Reportage – Erklärelement – Konfrontation per Interview) haben wir in der ARD einen neuen Standard gesetzt.

... **diverse Sondersendungen in der ARD**: Allein 320 Minuten ARD-Extra während der Corona-Pandemie mit bis zu 10 Millionen Zuschauern und ausgezeichnetem Feedback aus den anderen LRAs und Medienberichterstatlern. Zudem hat unsere Redaktion die Sendung zur Berlin-Wahl im Ersten verantwortet. Wir haben Workflows erarbeitet, die den rbb im Breaking News-Fall überhaupt erst Brennpunkt-fähig machen.

... **Transformationsprozesse in einem hoch agilen Team**, das im Wechsel von Rollen und geteilten Zuständigkeiten mit großem Engagement an einer ständigen inhaltlichen und dramaturgischen Weiterentwicklung arbeitet und entsprechende Workflows etabliert.

Dieses Engagement ist nicht selbstverständlich. Wir wünschen uns, dass Sie den qualitativen Output, für den wir stehen, sichtbar machen. Nur so – davon sind wir überzeugt – kann es gelingen, bei den Intendantinnen und Intendanten der anderen Landesrundfunkanstalten erfolgreich für eine Umlagefinanzierung zu werben.

Die Motivation, uns weiter über die Maßen zu engagieren, ziehen wir – trotz der momentanen Unklarheit – aus dem Glauben an die Sinnhaftigkeit unserer journalistischen Arbeit. Sie sagen, der rbb kann sich das MiMa nicht mehr leisten. Wir setzen dem entgegen: Der rbb kann es sich nicht leisten auf das, wofür das MiMa steht, zu verzichten.

Gerne würden wir zeitnah in Austausch über unsere Perspektive mit Ihnen treten und erfahren, ob und wie Sie die Potenziale unserer Redaktion für den rbb und die ARD nutzen wollen.

Mit freundlichen Grüßen

Anja Koch (Planerin und CvD Team UPWARD)

Nele Pasch (Planerin und Reporterin)

Julia Kubowicz (Social Media Redakteurin)

Sonja Lüning (Redakteurin)

Nils Koch (Reporter Team UWARD)

Marc Feuser (Redakteur)

Paul Pietraß (Redakteur)

Ismahan Alboga (Reporterin)

Susann Reichenbach (Moderatorin)

Matthias Rehder (Bereichsleitung Schnitt)

David Klevenow (Social Media Redakteur)

Raphael Jung (Redakteur)

Francisco Schork (Social Media Redakteur)

Bettina Ruhland-Neitzke (Bereichsleitung Grafik)

Elisa Knuth (CvD Assistentin)

Anja Meyer (Planerin und Reporterin)

Olga Patlan (Reporterin)

Sophier Kirchner (Bildredakteurin)

Franka Bruns (Bildredakteurin)

Silke Teichmann (Gästeredakteurin)

Lisa Schurr (Redakteurin)

Katharina Röben (Planerin und Reporterin)

Fred Bessert (Ingenieur vom Dienst)