

**Bilanz der dritten ARD-Themenwoche
„Mehr Zeit zu leben: Chancen einer alternden
Gesellschaft“**

→ **Demografischer Wandel:
ARD treibt gesellschaftliche
Debatte an**

Von Jürgen Heuser*

Die ARD behandelt seit dem Jahr 2006 gesellschaftspolitisch wichtige Themen umfassend in ihren Radio- und Fernsehprogrammen im Rahmen einer ARD-Themenwoche. Nach den ARD-Themenwochen „Leben, was sonst“ zum Thema Krebs in 2006 und „Kinder sind Zukunft“ im vergangenen Jahr wurde in der diesjährigen Themenwoche „Mehr Zeit zu leben: Chancen einer alternden Gesellschaft“ (20.–26. April) der demografische Wandel breit im Radio und Fernsehen abgebildet und durch Internetangebote und im Videotext begleitet.

**Botschaft der
3. ARD-Themen-
woche: „Mehr Zeit
zu leben“**

Anlass und Ziel der Themenwoche „Mehr Zeit zu leben“ wurden in der nachfolgenden Botschaft („Mission Statement“) formuliert: „Unsere Gesellschaft wird älter – in einem bisher nicht da gewesenen Ausmaß. Das ist neu, aber nicht bedrohlich, wenn es gelingt, den Wandel zu gestalten. Er berührt alle Lebensbereiche: Wie werden wir wohnen, lernen, arbeiten, Wohlstand und Gesundheit sichern, in kultureller Vielfalt zusammenleben? Wie werden wir das Miteinander der Generationen gestalten und den Zusammenhalt der Gesellschaft sichern? Wie nutzen wir die sich bietenden Chancen? Die ARD will den Prozess des Wandels begleiten und die Diskussion beflügeln. In der Themenwoche präsentiert sie Denkanstöße, Ideen und Modelle.“

**Ziel der Themen-
woche wurde erreicht**

Dieses Ziel ist realisiert worden. Die Repräsentativbefragung, die im Auftrag der ARD bei der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren durchgeführt wurde, ergab, dass jeweils mehr als zwei Drittel des Publikums der Themenwoche folgende Sichtweisen teilen:

- „Mir ist nach dieser Woche noch deutlicher geworden, dass der demografische Wandel nicht als Bedrohung, sondern auch als Chance zu sehen ist.“
- „Die Themenwoche lieferte auch Argumente und Anregungen für eigene Diskussionen.“
- „Die Bevölkerung hat nach dieser Themenwoche sicher ein positiveres Bild vom Älterwerden.“

**Resonanz der ARD-Themenwoche beim Publikum
und in der Presse**

**Hohe Akzeptanz
der Themenwoche
beim Publikum**

Die ARD-Themenwoche „Mehr Zeit zu leben“ erfreute sich beim Publikum hoher Akzeptanz. Bundesweit 55,4 Prozent der Bevölkerung schalteten mindestens eine Fernsehsendung innerhalb der ARD-Themenwoche ein. Dies bedeutet, dass mehr als 40 Millionen Menschen von Sendungen im

Ersten, den Dritten Fernsehprogrammen sowie den Partnerprogrammen Arte, PHOENIX, 3sat und KIKKA und den Digitalprogrammen der ARD erreicht wurden. Eine starke Nutzung erfuhren auch die Radioangebote der ARD zur Themenwoche.

Von den Befragten wurde der gesellschaftliche Mehrwert (Public Value), den die ARD bietet, wahrgenommen. Fast alle (90%) Befragten finden es wichtig, dass die ARD derartige aktuelle Themen aufgreift und intensiv behandelt. 77 Prozent sind der Meinung, dass die ARD mit der Themenwoche einen wertvollen Beitrag für unsere Gesellschaft leistet. (1)

Breiten Niederschlag fanden die Inhalte der ARD-Themenwoche auch in der Presse. In Zeitungen und Zeitschriften haben 44 Prozent der Interessierten etwas zur Themenwoche gelesen. Nach dem Fernsehen (70%) und gleichauf mit dem Radio (43%) waren die Printmedien damit das wichtigste Informationsmedium.

**Breite Resonanz
in der Presse**

Die Auswertung der abgedruckten Artikel in der Presse belegt eine beachtliche Resonanz. Es erschienen 492 Artikel in Tageszeitungen, 2 623 textgleiche Nachweise in Nebenausgaben, 19 Artikel in Anzeigenblättern, 223 in Wochenzeitungen/Zeitschriften und 14 Berichte von Nachrichtenagenturen. Besonders erwähnenswert ist die umfangreiche Radio-Beilage und Mantelgeschichte in der HörZu sowie eine Titelgeschichte in dem mit über 17 Millionen Exemplaren hoch aufgelegten Supplement „Einkauf aktuell“, das durch die Deutsche Post verteilt wird.

**Über 700 Artikel
in Zeitungen und
Zeitschriften**

Neben der Nachricht „Themenwoche“, dem Berliner Gespräch und dem Aktionstag wurden insbesondere einzelne Fernsehhighlights besprochen, insgesamt mit einer positiven Resonanz: Die nachfolgenden Beispiele belegen dies eindrucksvoll:

„... das Verdienst der ARD-Themenwoche ist in jedem Fall, mit einer geballten Schlagkraft der gesamten ARD-Familie auf ein wichtiges Thema aufmerksam zu machen. In den letzten beiden Jahren hat die ARD zumindest ein wenig bewegt.“ (Süddeutsche Zeitung);

- „Welche Herausforderungen ergeben sich für Gesellschaft, Politik, Wirtschaft, wie sehen Freizeit- und Wohnverhalten der Senioren in Zukunft aus? Öffentlich-rechtliches Fernsehen, wie es sein soll!“ (TV Today/TV Spielfilm);
- „Sowohl ARD-Themenwoche wie 3sat-Thementag belegen auf ihre Weise, dass es möglich und nötig ist, bisweilen sperrig anmutende Themen in die Öffentlichkeit zu tragen.“ (KNA/Main-Echo).

Programm der Themenwoche „Mehr Zeit zu leben“

2 082 Beiträge mit einer Gesamtsendezeit von rund 627 Stunden wurden innerhalb der Themenwoche ausgestrahlt. In den Radioprogrammen der neun Landesrundfunkanstalten waren dies 1 271 Beiträge mit rund 287 Stunden Sendezeit und in den Fernsehprogrammen 811 Beiträge mit rund 340 Stunden Sendezeit. Unter themenwoche.ard.de wurden rund 30 Beiträge mit übersichtlichen Hintergrundinformationen zu den Sendungen im Radio

**Umfassendes
senderübergreifendes
Angebot in Fern-
sehen und Radio**

* Referent WDR-Hauptabteilung Kommunikation, Forschung und Service.

① Programmangebot der ARD-Themenwoche „Mehr Zeit zu leben“

Sender/Programm	Hörfunk		Fernsehen	
	Beiträge	Sendevolumen	Beiträge	Sendevolumen
Das Erste			81	39:54:17
3sat			10	6:56:56
Arte			2	3:42:47
BR	88	25:06:14	31	19:53:14
hr	223	43:11:09	28	5:41:12
KI.KA			3	2:51:08
MDR	98	21:43:40	101	28:29:23
NDR	212	42:33:31	111	25:49:48
PHOENIX			17	13:05:02
Eins Extra/Eins Festival/Eins Plus			208	110:17:44
RB	33	8:54:02	5	0:23:12
RBB	130	26:16:45	26	7:39:17
SR	96	15:32:06	24	3:45:17
SWR	240	50:23:14	93	38:54:31
WDR	163	53:19:03	71	32:17:25
Beiträge gesamt	1 271	286:59:44	811	339:41:13

Quelle: ARD-Planungstool.

und Fernsehen veröffentlicht. Auch der ARD-Text und der WDR-Text haben sich mit umfassenden programmbegleitenden Informationen an der Themenwoche beteiligt. Als besonderer Service für hörbehinderte Zuschauer wurde das „Berliner Gespräch 2008“, das zum Auftakt der ARD-Themenwoche am 17. April 2008 auf PHOENIX übertragen wurde, live untertitelt.

Alle Programme der ARD – sowohl im Radio als auch im Fernsehen – haben sich an der ARD-Themenwoche beteiligt. Leitmedium war – wie in den Vorjahren auch – Das Erste, das mit annähernd 40 Stunden Sendezeit in 81 Beiträgen die größte Fläche bediente. Hinzu kamen die Beiträge in den Dritten Programmen (Bayerisches Fernsehen, hr-fernsehen, MDR Fernsehen, NDR Fernsehen, RB Fernsehen, RBB Fernsehen, SR Fernsehen, SWR Fernsehen und WDR Fernsehen), in den kooperierten Programmen (PHOENIX, Arte, KI.KA, 3sat) sowie bei Eins Festival, Eins Extra und Eins Plus. Im Radio wurde die Themenwoche in allen Programmen aufgegriffen, von den Informationsprogrammen über die Kulturprogramme und die Melodieprogramme bis zu den jungen Programmen (vgl. Tabelle 1).

Als Orientierung für das Publikum wurden in diesem Jahr sechs Themenblöcke von den Programmachern festgelegt:

Sechs Themenblöcke rückten positive Aspekte der alternierenden Gesellschaft in den Fokus

- Politische Debatte: „Kein Angstthema mehr? Alternende Gesellschaft in der Diskussion“
- Zusammenleben: „Alltag der Zukunft: Perspektiven des Zusammenlebens“
- Wirtschaft: „Alte Leute, neue Märkte: Chancen für die Wirtschaft“
- Gesundheit: „Länger leben, aber wie? Zukunftsaufgabe Gesundheit“
- Soziale Sicherheit: „Sicher und gerecht: Neue Ideen für den Lastenausgleich“
- Arbeiten und Lernen: „Auf die Dosis kommt es an: Lebenslanges Arbeiten“

Mit der Formulierung der Themenblöcke sollte sichergestellt werden, dass die positiven Aspekte der alternden Gesellschaft in den Mittelpunkt der Berichterstattung gerückt werden. Dabei wurden den „Perspektiven des Zusammenlebens“ sowohl im Radio als auch im Fernsehen die meisten Beiträge gewidmet.

Highlights der Themenwoche

Im Fernsehen startete die Themenwoche mit dem „Berliner Gespräch“ aus dem ARD-Hauptstadtstudio Berlin, das live in PHOENIX übertragen wurde. Nach Ansprachen des ARD-Vorsitzenden Fritz Raff und der Intendantin des federführenden WDR, Monika Piel, hielt Bundeskanzlerin Angela Merkel die Keynote. Auf dem von Sandra Maischberger moderierten Podium waren unter anderem Bundesministerin Ursula von der Leyen und Ministerpräsident Matthias Platzeck vertreten. Großen Niederschlag fand das „Berliner Gespräch“ bei den Nachrichtenagenturen und der Presse. Die Entscheidung zur Rentenerhöhung der Bundesregierung, die von der Bundeskanzlerin in ihrer Rede verteidigt wurde, stellte einen willkommenen Anknüpfungspunkt dar.

Den Auftakt im Ersten machte der Presseclub am Sonntag, 20.4.2008, zur politischen Debatte mit dem Thema: „Älter werden wir später... Ist die Politik auf die alternde Gesellschaft vorbereitet?“ mit Jörg Schönenborn. Über eine Million Zuschauer sahen diese Sendung, das entspricht einem Marktanteil von 9,1 Prozent. Die Talkshow „Anne Will“ erreichte am Abend mit „Die Rentner-Republik – die Alten übernehmen die Macht“ einen Marktanteil von 16,7 Prozent (4,72 Millionen).

Große Aufmerksamkeit bis nach Frankreich, wo das französische Fernsehen France 2 in seiner Hauptnachrichtensendung und die wichtigste Tageszeitung Le Monde berichteten, erzielte das ARD-

„Berliner Gespräch“ mit Kanzlerin Merkel eröffnete die Themenwoche

Morgenmagazin am Montag, dem 21.4.2008. Es moderierten Alida Gundlach und Sven Kuntze, unterstützt von den weiteren „TV-Rentnern“ Dieter Kürten (Sport), Karla Wege (Wetter) und Johannes Kaul (Außenreporter).

Höchste publizistische Aufmerksamkeit für Sven Kuntzes Reportage: „Alt sein auf Probe“

Den publizistisch größten Aufmerksamkeitswert in der Themenwoche hatte die Presenter-Reportage mit Sven Kuntze „Alt sein auf Probe. Neu-Rentner auf Entdeckungsreise“, die am Montag, 21.4.2008, Formen des Zusammenlebens erkundete. Einen auf diesem Sendeplatz überdurchschnittlichen Erfolg hatte am Dienstag, 22.4.2008, auch „Menschen bei Maischberger – Alle Macht den Alten“, unter anderen mit Hans-Jochen Vogel und seiner Ehefrau Lieselotte sowie Joachim Fuchsberger. Hier wurden wirtschaftliche Aspekte der alternden Gesellschaft in den Mittelpunkt der Diskussion gerückt.

Auch Fictionsendungen waren dem Thema gewidmet

Im fiktionalen Genre war die Fernsehfilm-Produktion „Mütter Väter Kinder“ des NDR am Mittwoch, 23.4.2008, ein Publikumserfolg, den 4,29 Millionen Zuschauer sahen. Die anschließend gesendete „Hart aber fair“-Ausgabe „Risikofaktor Alter“ zur Gesundheitspolitik sahen 2,81 Millionen Zuschauer. Der Mittwoch wurde mit der Dokumentation „Sex im Alter“ beendet.

Weitere Sendungen des Ersten, die ihre Zeit ausschließlich in den Dienst der Themenwoche gestellt haben: „Willi wills wissen“ (BR), „W wie Wissen“ (BR), „ARD exklusiv“ (hr), „Weltreisen“ (hr), „Europamagazin“ (WDR), „Gott und die Welt“ (WDR), „ARD Ratgeber Bauen und Wohnen“ (WDR) und „Neuneinhalb“ (WDR). Außerdem waren „Das Quiz mit Jörg Pilawa“ und die Degeto mit mehreren Filmen großflächig beteiligt. Daneben waren viele Magazine mit Einzelbeiträgen an der Themenwoche beteiligt, teilweise mit Schwerpunkten von bis zu 25 Minuten („ARD Buffet“).

Themenwoche auch in Dritten Programmen breit abgebildet

Auch in den Dritten Fernsehprogrammen wurde die Themenwoche breit abgebildet. Im Bayerischen Fernsehen wurde unter anderem mit einem Kurzfilmabend ein Akzent gesetzt. In der Reihe „Lebenslinien“ hatte der BR am Montag um 20.15 Uhr den Film „Wenn man so alt wird wie Frieda“ platziert. Das hr-fernsehen konzentrierte sich auf die serviceorientierten Formate: „service: gesundheit“ beschäftigte sich schwerpunktmäßig mit dem Thema „Mehr Zeit zu leben – Gesundheit der Zukunft“, „service: trends“ mit „Für immer jung – Clever schlemmen und topfit sein im Alter“.

Zu den meistgesehenen Sendungen des MDR Fernsehens in der Programmwoche gehörten die Reportage „Wo sind die Kinder?“ aus der Reihe „Unsere Heimat“, die nach leer stehenden Schulen im Vogtlandkreis fragte. Auch der demografische Wandel in thüringischen Dörfern, dargestellt in der Dokumentation „Hilfe, mein Dorf verschwindet“, interessierte viele Zuschauer. Gefragt waren im Magazin „Einfach genial“ die Erfindungen, die es Älteren erleichtern, aktiv am Leben teilzunehmen, genauso wie die medizinischen Ratschläge für ein

langes Leben im MDR-Gesundheitsmagazin „Hauptsache gesund“. Als besonderen Programmpunkt nahmen viele Zuschauer den „Kindermund“ kurz vor 19.00 Uhr wahr: Mädchen und Jungen verkündeten, was für sie Alter bedeutet und wie man die gewonnene Zeit nutzen sollte.

Gute Akzeptanz im NDR Fernsehen fand die Dokumentation „Mann in den besten Jahren sucht“, die Nordreportage „Nur vom Feinsten“ sowie die Nordstory „Neun Kinder? Um Himmels Willen!“. Im SWR Fernsehen waren die Höhepunkte „betrifft: Alt werden auf La Palma“, „Schlaglicht: Schleichendes Vergessen – Demenz und ihre Opfer“, „Quergefragt: Kniefall vor den Rentnern – Müssen die Jungen die Zeche zahlen“, „Auslandsreporter: Warm und billig – Deutsche Rentner in Thailand“, „Nachtcafé: Lebensziel 100 – wie alt wollen wir werden?“ und „SamstagAbend: Für immer jung“.

Schwerpunkte im Sendegebiet des Saarländischen Rundfunks waren die tägliche Live-Berichterstattung des Nachrichtenmagazins „Aktueller Bericht“ aus einem jeweils anderen Ort des Saarlandes zu verschiedenen Themen der Themenwoche, die Diskussionssendung „Fit für die Zukunft – das Saarland und der Bevölkerungsschwund“, das Feature „Aufsteigen oder Aussterben – das Saarland und der demografische Wandel“ und die Regelsendung „Wir im Saarland“ mit dem Monothema „Verhältnis Großeltern und Enkelkinder“. Im WDR Fernsehen stellte das Wissenschaftsmagazin „Quarks & Co.“ die Frage „Hält Gehirnjogging jung?“. Ausführlich hat sich das gemeinsam mit dem SWR hergestellte tägliche Bildungsprogramm „Planet Wissen“ an Werktagen um 15.00 Uhr mit der Themenwoche befasst: „Mythos Großfamilie“ und „Mütter zwischen Lust und Frust“ wurden unter anderem ausführlich beleuchtet. Auch die Reportagen „Die Rentner GmbH“ und „Jung und wild und über 70“ fanden beim Publikum Anklang.

Arte hat sich mit zwei Beiträgen an der Themenwoche beteiligt, der KLKA mit drei („KLKA live“, „Tigerentenclub“ und Spielfilm). Neben dem „Berliner Gespräch“ setzte PHOENIX auf den täglichen Ereignisstreifen einen Schwerpunkt „Alter und Altern“. Thematisiert wurde der demografische Wandel auch in den verschiedenen Gesprächs- und Diskussionsrunden. Filme und Reportagen auf 3sat ergänzten das Angebot. Hinzu kamen insgesamt über 110 Stunden Sendezeit in Eins Extra, Eins Festival und Eins Plus.

Im Radio wurde die Themenwoche in aktuellen Beiträgen aus unterschiedlichsten Perspektiven beleuchtet. Die Magazinsendungen setzten sich ebenfalls intensiv mit den Themenblöcken auseinander. Aber auch Gesprächssendungen und Features sowie Hörspiele waren Gegenstand des Programmangebots. In der jungen Welle des Westdeutschen Rundfunks Eins Live testete ein Reporter über eine ganze Woche sein Leben im Jahr 2058. Sich morgens aus dem Bett schwingen? Sich im Supermarkt nach dem Waschmittelkarton im untersten Regal bücken – alles kein Problem im Alter von 25 Jahren, aber mit 75? Wie bewegen sich die

Beiträge in Arte, Phoenix, KLKA und in ARD-Digital

Radioangebote zur Themenwoche

Beine, gehorchen die Hände noch? Wie ist die Seh- und Hörfkraft im hohen Alter? Ein Saarbrücker Unternehmen vermietet den so genannten Age-Anzug, mit dem sich junge Leute ins hohe Alter hinein-fühlen können.

Multimediawettbewerben im Internet fand besonders bei Schülern hohe Akzeptanz

Der Multimediawettbewerb tell.a.vision fand bei den Usern von themenwoche.ARD.de eine gute Akzeptanz, vor allem bei Schülern. Viele Klassen setzten sich im Unterricht, in Arbeitsgruppen, in Projektgruppen mit dem Thema „Demografischer Wandel“ auf kreative Art und Weise auseinander. Im Anschluss hatten sie die Gelegenheit, ihre Ideen einem größeren Publikum im Internet zu präsentieren. So auch das Siegervideo „I'm young“ des Bertolt-Brecht-Gymnasiums aus Bad Freienwalde (Brandenburg). In der Begründung betonte die Jury, dass die Schüler „in gekonnter filmischer Umsetzung darauf hinweisen, dass in der Diskussion über die Ausgestaltung der Zukunft die Interessen der Jugendlichen nicht ausreichend berücksichtigt werden“. Mehrfach wurden die Arbeiten der Schulen auch von der regionalen Presse und in den regionalen Magazinen in den Dritten Fernsehprogrammen begleitet.

Prominente Paten und Off-Air-Aktivitäten

Drei prominente Paten für die Themenwoche

Für die ARD-Themenwoche konnten mit Josefine Preuss, Anne Will und Alfred Biolek auch wieder prominente Paten gewonnen werden, die vom Publikum allesamt als passend empfunden wurden. Die Paten wurden mit Interviews und Berichten in der Presse platziert und standen im Mittelpunkt einer bundesweiten Großflächenkampagne. Zu den wichtigsten Werbemedien für die Themenwoche generell gehörten wie in den Vorjahren die eigenen Medien Fernsehen und Radio sowie Zeitungen, Zeitschriften und Plakate.

Zuschauerredaktionen und Hotlines während der Themenwoche stark frequentiert

Die Zuschauerredaktionen bzw. Hotlines des Ersten und der Dritten Fernsehprogramme sowie von PHOENIX und KLKA haben zur Themenwoche zahlreiche Anliegen aufgenommen. Die Anliegen der Anrufer machten insgesamt deutlich, wie wichtig der demografische Wandel ist. Als verdienstvoll wurde es empfunden, dass die ARD sich dieses Themas annimmt. Einige Anrufer stellten fest, dass die Beleuchtung des Themas aus verschiedenen Perspektiven nur von einem öffentlich-rechtlichen Programmanbieter geleistet werden könne.

Bundesweiter Aktionstag mit zahlreichen Veranstaltungen

Am 19.4.2008 fand im Rahmen der ARD-Themenwoche erneut ein bundesweiter Aktionstag statt. In Kooperation mit den kommunalen Spitzenverbänden präsentierten sich in 142 Städten, Gemeinden und Landkreisen 215 Einrichtungen, die mit innovativen Projekten, Konzeptionen und Ideen zur Lösung demografischer Probleme beitragen. Es wurden Bürgerfeste, Podiumsdiskussionen, Ausstellungen, Stadtbegehungen, Theateraufführungen, Tage der offenen Tür, kurz: ein umfangreiches Spektrum an Event-Formaten geboten, zu denen die Bürger eingeladen waren.

Gemeinsam mit BR-alpha veranstaltete die Süddeutsche Zeitung am 21.4.2008 ein SZ-Forum zum

Thema „Schwarz Rot Grau – Wie wollen wir altern?“. Die Podiumsdiskussion war mit zwei viertelseitigen Anzeigen unter Verwendung des Themenwochen-Logos angekündigt worden. Vor einem voll besetzten Saal diskutierten unter anderen Hans-Jochen Vogel und der Pflegeexperte Claus Füsseck; die Moderation hatte Sibylle Giel vom BR-Radio übernommen. Die Süddeutsche Zeitung publizierte am 24.4.2008 eine ganze Seite zum SZ-Forum, am 26.4.2008 übertrug BR-alpha die gesamte Veranstaltung.

Fazit

In der dritten Themenwoche der ARD wurden die vielfältigen Facetten des demografischen Wandels im Radio und im Fernsehen in den Mittelpunkt gestellt. Die Beiträge haben das Publikum dazu ange-regt, sich mit der Thematik auseinanderzusetzen und die Diskussion fortzusetzen. In der Presse wurde vor allem honoriert, dass die ARD ein zwar sperriges, aber dennoch hochrelevantes Thema fokussierte. Dabei konzentrierte sich die ARD nicht nur auf diejenigen Aspekte, die große Teile der Bevölkerung tangieren, sondern auch auf diejenigen, die einen vergleichsweise geringen Anteil in der Bevölkerung interessieren. Hinzu kommt die regionale Verankerung der ARD. Nicht nur die nationale Ebene wurde beleuchtet, auch das räumliche Umfeld der Menschen kann in den Dritten Programmen oder im Radio berücksichtigt werden. Diese inhaltliche Tiefe kann nur vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk geleistet werden, der nicht bei jedem Angebot die Höhe der Zuschauerzahlen als alleiniges Kriterium für die Ausstrahlung berücksichtigen muss.

Im Rahmen der Begleitforschung gaben weit über die Hälfte der Befragten in allen Altersgruppen an, dass sie es sehr gut oder gut finden, dass sich die ARD in der Schwerpunktwoche mit dem demografischen Wandel beschäftigte. 55,4 Prozent haben mindestens eine Fernsehsendung im Rahmen von „Mehr Zeit zu leben“ eingeschaltet. Rund ein Viertel des Publikums der Themenwoche hat im Anschluss im privaten und beruflichen Umfeld über die Beiträge diskutiert. Zwei Drittel sind der Meinung, dass „so umfassende und fundierte Informationen nur von den öffentlich-rechtlichen Sendern geboten werden“.

Auch die Bilanz der Verantwortlichen der ARD fällt positiv aus. Monika Piel, Intendantin des federführenden WDR: „Die zahlreichen positiven Reaktionen zeigen, dass wir mit dem Thema goldrichtig lagen. Besonders gut angekommen ist, dass wir den demografischen Wandel in all seinen Facetten sowohl informativ als auch unterhaltend aufgegriffen haben. Wir haben Denkanstöße und Impulse gegeben, offensiv mit den Veränderungen in unserer Gesellschaft umzugehen und wünschen uns eine konstruktive Fortsetzung der Debatte.“

Anmerkung:

- 1) Zu weiteren Ergebnissen der Publikumsbefragung vgl. den Beitrag von Stefan Geese und Claudia Zeughardt in diesem Heft.

Viele Facetten des demografischen Wandels angesprochen

Themenwoche als exklusive Leistung des ö.-r. Rundfunks anerkannt

