

Whitepaper der Duisburger MedienWerkstatt

Zukunft des Regionalfernsehens – Ein Praxisleitfaden

Einleitung: Kontext und Zielsetzung

Dieses Whitepaper basiert auf einem Workshop von Dr. Uwe Brückner, Medienwissenschaftler, Filmemacher und Vorsitzender des Internationalen PresseClubs München, im Rahmen der Duisburger MedienWerkstatt. Es beleuchtet praxisnah die Herausforderungen, Chancen und Zukunftsstrategien für regionale TV-Sender. Regionalfernsehen befindet sich im Spannungsfeld zwischen Lokalkompetenz, wirtschaftlichem Druck und digitalem Wandel. Ziel dieses Dokuments ist es, Orientierung zu geben, konkrete Praxisansätze vorzustellen und Journalist:innen in lokalen und regionalen Medienhäusern bei der strategischen Weiterentwicklung zu unterstützen.

1. Herausforderungen und Ausgangslage

Regionale TV-Sender stehen unter zunehmendem wirtschaftlichen Druck. Die frühe Phase des Lokalfernsehens war von Zeitungsverlagen geprägt, die mit eigenen Interessen agierten und Fernsehen oft als Konkurrenz unterwanderten. Brückner beschreibt diese Gemengelage als „Polymedienopoly“, bei dem ein Verlag gleichzeitig Radio, TV, Print, Werbung und Zustellung kontrolliert – mit demokratiegefährdenden Folgen. Noch heute dominieren solche Konstellationen vielerorts die Senderstruktur. Zusätzlich erschweren sinkende Werbeeinnahmen, verändertes Mediennutzungsverhalten und fehlende Regulierungsmaßnahmen die redaktionelle Unabhängigkeit.

Brückner schildert eindrucksvoll die Frühgeschichte des privaten Fernsehens: vom Münchner Kabelpilotprojekt „Tele-Zeitung“ über den politischen Versuch „TV Weißblau“ bis hin zum Entstehen des RTL-München-Fensters unter massivem Zeitdruck. Diese Phasen sind geprägt von Improvisation, politischem Einfluss und wirtschaftlicher Unsicherheit – aber auch von kreativen Höhenflügen wie dem Straßen-Wetterbericht mit „Didi“, einem kultisch verehrten Obstverkäufer.

Verständnisfragen:

- Welche strukturellen Probleme treffen regionale Sender besonders hart?
- Wie beeinflussen historische Beteiligungsverhältnisse die redaktionelle Freiheit?
- Welche Lehren lassen sich aus den Anfängen des Privatfernsehens ziehen?

2. Strategien und Handlungsfelder

2.1. Innovationspotenzial durch Reduktionskompetenz

Brückner plädiert für „Reduktionskompetenz“: Journalismus mit einfachen Mitteln, aber hoher Aussagekraft. Der Videojournalist (VJ), der selbst filmt, schneidet und moderiert, ersetzt aufwendige Teams. Besonders effizient sei das „Reporter on Location“-Prinzip: Ein-Take-Aufnahmen, bei denen sich der Reporter durchs Geschehen bewegt, ohne sichtbare Schnitte. Brückner trainiert dieses Konzept mit Theaterwissenschaftler:innen, um spontane Beweglichkeit und Körperbewusstsein zu fördern. Ziel ist ein Stil, der Authentizität, Schnelligkeit und persönliche Autorenschaft verbindet – ganz im Sinne der Idee: „Was du nicht siehst, erkläre ich. Alles andere zeigt die Kamera.“

Checkliste: Innovationskompetenz nutzen

- Einführung von VJ-Trainings zur Steigerung redaktioneller Eigenständigkeit.
- Produktion mit minimaler Technik und maximaler Nähe zum Thema.
- Entwicklung von Bewegungsroutinen und Improvisationstechniken für Reporter:innen.

Verständnisfragen:

- Wie verändert sich die Produktionsweise durch das VJ-Modell?
- Welche kreativen Vorteile bietet der Verzicht auf klassische Studios?
- Inwiefern stärkt „Reporter on Location“ die journalistische Glaubwürdigkeit?

2.2. Glaubwürdigkeit und Haltung

Glaubwürdigkeit entsteht nicht allein durch neutrale Distanz, sondern durch Haltung, wie Brückner betont. Der alte Presseclub mit Zigarren und Politiknähe sei ein Relikt – heute braucht Journalismus permanente Präsenz, familiäre Vereinbarkeit und kritische Distanz zur Macht. Brückner lehnt Nähe zu Politiker:innen konsequent ab, prangert Einladungen zu Geburtstagen an und fordert, dass Journalismus unbequem sein muss. Formate wie „Plenum TV“ veranschaulichen diesen Ansatz: Durch statistisch geregelte Redeanteile, Interviewverteilung nach Mandaten und kontinuierliche Berichterstattung wird Politik transparent und überprüfbar.

Checkliste: Haltung sichtbar machen

- Einführung klarer Transparenzregeln in der politischen Berichterstattung.
- Distanzwahrung zu politischen Akteur:innen – keine Gefälligkeiten, keine Geschenke.
- Förderung journalistischer Persönlichkeiten mit klarer Ethik und Wiedererkennbarkeit.

Verständnisfragen:

- Wie kann eine Redaktion ihre Unabhängigkeit nach außen dokumentieren?
- Welche Rolle spielen kritische Fettnäpfchen in Brückners Verständnis von Journalismus?
- Welche Erkenntnisse lassen sich aus „Plenum TV“ für andere Sender übertragen?

2.3. Nachwuchsförderung als Investition in Relevanz

Lokales Fernsehen ist ein ideales Trainingsfeld: schnelle Verantwortung, unmittelbares Feedback, viel Gestaltungsspielraum. Brückner spricht von Lokalredaktionen als „Magneten für Studienabbrecher und Macher:innen“, weil dort aus Ideen sofort Sendeminuten werden. Er fordert strukturierte Mentoring-Programme, eine positive Fehlerkultur und den Mut, jungen Menschen kreative Freiheit zu lassen. Die MedienWerkstatt selbst ist Teil dieses Verständnisses – als offener Raum für Reflexion, Irritation und Innovation. Werkstattgespräche sollen bundesweit ausgerollt werden, um Wissen nachhaltig zu vernetzen.

Checkliste: Nachwuchsförderung systematisieren

- Aufbau eines strukturierten Volontariats- und Mentoringprogramms mit persönlicher Betreuung.
- Integration junger Talente in Entscheidungsprozesse und Formatentwicklung.
- Sichtbare Erfolge feiern und Fehler als Lernchancen begreifen.

Verständnisfragen:

- Was brauchen junge Journalist:innen, um Verantwortung zu übernehmen?
- Wie kann eine Redaktion zur lernenden Organisation werden?
- Welche Rolle spielt die Fehlerkultur für Innovation?

2.4. Digitale Integration, Kooperation und neue Vermarktung

Digitale Plattformen sind kein Zusatz, sondern integraler Bestandteil journalistischer Strategie. Brückner fordert mehr Mut zu plattformgerechten Formaten, mehr Interaktion mit der Community und vor allem: bessere Monetarisierung. Ideen wie „Café Europa“ – ein Format europäischer Lokalsender mit gemeinsamer Werbeinsel – zeigen, wie Kooperation Reichweite schafft. Auch Kinder- und Jugendfernsehen nennt er als zentrale Lücke mit hohem Potenzial. Zugleich fordert Brückner ein neues Preismodell für Lokal-TV: Statt standardisierter TKPs sollen Wirkung, Glaubwürdigkeit und Verweildauer stärker honoriert werden.

Checkliste: Zukunftsfähigkeit sichern

- Entwicklung internationaler Kooperationsformate wie „Café Europa“.
- Ausbau von Kinder- und Jugendformaten mit klarem Bildungsanspruch.
- Einführung eines Wirkungstages zur Präsentation lokaler Leistungsdaten.

Verständnisfragen:

- Welche Zielgruppen sind über klassische Medien unterrepräsentiert?
- Warum ist die Vermarktungslogik im Lokal-TV überholt?
- Wie kann digitale Sichtbarkeit strategisch ausgebaut werden?

3. Fazit und Ausblick

Dr. Uwe Brückner sieht das regionale Fernsehen als Zukunftswerkstatt für den Journalismus: praxisnah, experimentierfreudig, demokratiestiftend. Wo Ressourcen knapp sind, entstehen kreative Lösungen. Wo Nähe herrscht, wächst Vertrauen. Und wo Haltung sichtbar wird, entsteht Glaubwürdigkeit. Dieses Whitepaper will nicht nur dokumentieren, sondern inspirieren – zur Debatte, zur Veränderung und zur konsequenten Förderung regionaler Medienkompetenz.

Über den Autor

Dr. Uwe Brückner bringt jahrzehntelange Erfahrung als Fernsehjournalist, Filmemacher und Medienwissenschaftler ein. Er war u.a. Programmchef bei RTL München, baute TV Bayern Live auf, gründete Plenum TV und engagierte sich als Vorsitzender des Presseclubs München sowie als Gründungsmitglied der Bayerischen Akademie für Fernsehen. Seine Karriere beschreibt er mit selbstironischem Unterton als „von Misserfolgen geprägt“ – von gescheiterten Aufnahmeprüfungen bis hin zu legendären Rauswürfen nach journalistischen Tabubrüchen. Diese biografischen Brüche nutzt Brückner als Sinnbild für Widerstand gegen Konformität und als Antrieb für Innovation im Lokaljournalismus.