

# Einer für alles

Journalisten bei Radio Bremen arbeiten jetzt trimedial – für Hörfunk, TV und Online. Ein Zukunftsmodell auch für andere?

Interview mit RBB-Intendantin Dagmar Reim

s.a. „medium magazin“ 12/2007, S. 28-29 -

**Interview: Matthias Morr**

**2009 werden im RBB Hörfunk- und Fernsehredaktion zusammengelegt – mit welchem Ziel?**

**Dagmar Reim:** Es steckt dahinter, den RBB fit zu machen für die publizistische Zukunft. Wir haben Jahre, wenn nicht Jahrzehnte, vom Zusammenwachsen der Medien – sprich Konvergenz – geredet. Nun ist es soweit. Darauf haben wir uns einzustellen.

**Welche Veränderungen sind damit in den Redaktionen verbunden?**

Wir wissen es noch nicht im Detail. Vom Mai 2008 an werden wir gemeinsam daran arbeiten und werden Modelle entwickeln, wie wir uns besser vernetzen, wie wir Synergien schaffen können. Mit dem einen und übergeordneten Ziel besseren Journalismus zu machen.

**Wann werden Ihnen andere Anstalten folgen?**

Das müssen Sie die anderen Fragen. Aber selbstverständlich hat es ein Sender mit vierzigjähriger Geschichte leichter seine Strukturen zu verändern als ein Sender mit fünfzigjähriger Geschichte. Ich habe immer gesagt, dass für uns die Chance so spät begonnen zu haben, darin besteht, dass unsere Strukturen nie aus Beton sein dürfen. Nicht einmal aus Hartgummi.

**Wie stellen Sie sich eine bimediale Programmproduktion ganz konkret vor?**

*Ich antworte mal ex negativo, wie ich es mir nicht vorstelle. Wir werden keinen Reporter haben, der auf dem Skateboard unterwegs ist, im Rucksack seine kleine Kamera trägt, in der linken Hand das Handy schwingt und mit der Redaktion diskutiert und mit der rechten Hand erste Notizen fabriziert. Mit anderen Worten: Wir werden immer Fachleute für jeden einzelnen Verbreitungsweg brauchen. Wir werden uns aber sehr viel besser organisieren können und müssen in der Redaktion und in der Produktion. Will heißen: Wenn ein Interviewpartner gesucht wird, wenn ein bestimmtes Thema hoch kocht, kann es im schlechten Fall heute passieren, dass er Anrufe erhält von sieben Radioprogrammen. Das werden wir künftig nicht mehr haben. Wir werden da enger und besser zusammenarbeiten.*

**Werden künftig auch O-Töne aus dem Fernsehen verstärkt in den Hörfunkprogrammen laufen?**

*Selbstverständlich. Das wird künftig sehr intensiv verstärkt werden. Und, darauf lege ich besonderen Wert, das wird keine Einbahnstraße sein. Ich komme ja beruflich vom Radio und habe in der Vergangenheit feststellen dürfen, wenn von Bimedialität die Rede war, ging das oft zu Kosten des Radios. Das ist nicht unser Ansatz.*

**Sie sehen das Radio also nicht als Abfallprodukt des Fernsehens?**

*Keinesfalls. Wir machen einen ersten wichtigen Schritt schon im Mai 2008. Da eröffnen wir*

den Neubau unseres Inforadios – in diesem Studio finden Sie integriert einen Fernseh-Nachrichtenplatz. Das zeigt auch einen denkbaren Weg, Fernsehnachrichten werden entstehen am Ort unseres News-Flagschiffs, dem Inforadio. Zumindest einige Ausgaben.

**Wenn Synergien entstehen sind damit oft Ängste verbunden – ist damit auch der Abbau von Arbeitsplätzen verbunden?**

Der RBB ist in einem unglaublichen Transformations- und Abbauprozess. Also wir vor vier-einhalb Jahren fusionierten, gab es keine Alternative. Das Geld war einfach nicht da. Wir werden bis zum Januar 2009 insgesamt 320 Stellen abgebaut haben. Und wir fürchten, wenn die KEF-Empfehlung so ausfällt, wie sie uns jetzt bekannt ist, werden wir weiter extrem sparen müssen. Aber – und das ist mir wichtig: Die Fusion der beiden Programmdirektionen ist kein Sparmodell. Sie soll dazu dienen den Journalismus im RBB besser zu machen. Wenn wir bei der Arbeit Synergien schaffen, wollen wir sie nutzen, um Kollegen freizubekommen für das, wofür sie ihren Beruf gelernt haben. Recherche, am Ball bleiben, nachfragen – kurzum: nachhaltigen Journalismus. Der kommt oft zu kurz in der Hektik und Aktualität des Tages.

**Wie werden sich die Angebote durch neue Produktionsformen verändern?**

Ich versuche es immer so zu sagen: Für die Hörer und Zuschauer ist es vollkommen egal, wie wir uns organisieren. Wir senden keine Organigramme. Für sie ist es auch egal, wie wir produzieren. Es kommt allein auf die Inhalte an. Und daran sollten wir uns immer messen lassen. Wie wir den Inhalt zu unseren Abnehmern bringen – das müssen wir möglichst intelligent und ressourcensparend organisieren. Aber entscheidend ist der Inhalt.

**Sie haben vorhin den skateboardfahrenden Journalisten als abschreckendes Beispiel ge-**

**nannt – wie wird sich das Berufsbild des Journalisten im RBB mittelfristig verändern?**

Das wird sich nicht anders verändern als bei allen anderen Medienunternehmen. Wir sehen uns ja um. Und wir sehen zum Beispiel die großen Newsrooms der großen Zeitungen. Ich weiß nicht, ob die in jedem Punkt für uns vorbildhaft sein können. Ich weiß nur, dass die Kapazität eines einzigen Kopfes endlich ist. Und wir haben schon die Digitalisierung im Radio hinter uns. Und wir haben feststellen müssen: Dass der Moderator gleichzeitig auch achtet, dass er rechtzeitig die Musiken abfährt, dass er rechtzeitig das Wetter bringt, dass er den Verkehrshinweis nicht missachtet. Dass heißt: Er hat eine Vielzahl neuer Aufgaben übernehmen müssen. Und das ist nicht nur positiv zu sehen. Aber – und das ist wichtig: Es haben sich auch neue Produktionsberufe entwickelt. Derjenige, der früher eine Art von Assistenzaufgaben übernahm, ist inzwischen ein sehr hochgeschätzter Partner des Mannes oder der Frau am Mikrofon mit wichtigen Aufgaben für das Gelingen der Sendung. Dass heißt, wir entwickeln uns zu neuen Berufsbildern.

**Volontäre werden ja auch im RBB seit Jahren bimedial ausgebildet – das ist ja ein Wissen, das bisher nicht abgerufen wurde...**

Also unsere Volontäre sind für ihre jeweiligen Redaktionen außerordentlich befruchtend. Die machen das nämlich, und sie machen es selbstverständlich. Und wir haben viele Absolventen unserer Volontärsausbildung, die in ihrer Berufspraxis sowohl beim Fernsehen als auch beim Radio arbeiten. Das sind natürlich ein Stück weit die Vertreter dieser neuen Idee.

**Hängt multimediales Denken vom Alter ab?**

Selbstverständlich. Meine Kinder, die mit dem Computer groß geworden sind, werden gegenüber dem Computer, dem Handy, dem iPod nie auch nur die geringste Berührungsangst haben. Ein Mensch, der über 50 ist, und sich dies alles erwerben müssen, der ist immer ein wenig zö-

gerlich. Die Kinder machen das auf eine Art, die den älteren Fremd ist. Aber das war immer so bei neuen Technologien.

**Es hat vor 20 Jahren in vielen Anstalten die Tendenz gegeben, im Hörfunk Fachredaktionen abzubauen – und Wellenstrukturen zu schaffen, mit Journalisten die eher Generalisten und keine Spezialisten mehr waren. Ein Wechsel von horizontalen zu vertikalen Strukturen. Wie zeitgemäß sind diese vertikalen Wellenstrukturen in einer bimedial orientierten Anstalt noch?**

Das Schwierige ist, dass es darauf keine eindeutige Antwort gibt. Ich bin davon überzeugt, dass die Wellenstruktur richtig ist, weil die Menschen, die Radio hören, sich für eine konsistente Welle entscheiden. Sie entscheiden sich für ein Musikprofil, sie entscheiden sich für Moderatoren und für die gesamte Atmosphäre – das gesamte Gefühl, das mit Radio ja immer verbunden ist. Andererseits brauchen wir in einer stetig komplizierter werdenden Welt Fachleute. Wir brauchen Fachleute für bestimmte große Themenblöcke. Es wird also nie gehen ohne Wirtschaftsredakteure. Unsere Kirchenredakteure, die schon jetzt bimedial arbeiten, sind Serviceleute. Sie machen ihre Geschichten auf sehr unterschiedlichen Wellen in sehr unterschiedlichen Programmen. Und das denke ich ist zukunftsweisend.

**Sie sprechen immer von bimedial – was ist mit den Online-Angeboten?**

Selbstverständlich gehören sie dazu. Ich erwähne sie aber nie an erster Stelle, weil ich die Parole „Online first“ für einen Fehler halt. Unser Kerngeschäft sind Radio und Fernsehen. Danach kommt Online. Online ist wichtig, Online ist unersetzlich. Aber: Ich sehe Radio und Fernsehen schon als unser Kerngeschäft.

**Den Zeitungsverleger sind ja nun mehr als misstrauisch, was die Online-Angebote der öf-**

**fentlich-rechtlichen Anstalten angeht. Wie könnte dieser Konflikt gelöst werden?**

Ich wundere mich ein wenig über diesen Konflikt. Ich verstehe ihn menschlich, denn die Verleger wollen nach der großen Medienkrise des Jahres 2000 im Onlinegeschäft Werbung verkaufen und sie wollen Erlösausfälle dort kompensieren. Das verstehe ich. Was ich nicht verstehe ist, die Ansicht, dass Internet gehöre ihnen. Das Internet gehört allen und das Internet gehört niemandem. Deswegen leuchtet es mir nicht ein, dass Verleger online Filme ins Netz stellen, uns aber sagen: Das Internet geht euch gar nichts an. Erfreulicherweise hat das Bundesverfassungsgericht hier ja deutliche Worte gefunden.

**Wie stehen Sie zu Kooperationen mit Verlagen?**

Ja, selbstverständlich. Wir kooperieren ja auch heute in vielfältiger Weise mit Verlagen. Warum sollte das nicht im Internet möglich sein.

**Also künftig gucke ich die „Abendschau“ auf tagesspiegel.de?**

Alles ist denkbar! Wir haben auch heute Kooperationen. Radio Eins, unser Radioprogramm nur für Erwachsene, hat jede Woche eine Sendung in Kooperation mit der „Zeit“. Also da bestehen null Berührungspunkte.