

„Wir brauchen Sachverstand“

In Bremen wird im Kleinen geprobt, was auch für große ARD-Häuser zum Trend werden könnte. Wie funktioniert Ihre Trimedialität, Herr Glässgen?

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

Interview: Matthias Morr

Als erste ARD-Anstalt probt Radio Bremen eine neue Produktionsstruktur: Fachredaktionen, die nicht mehr nur für Radio, TV oder Internet produzieren, sondern trimedial. Ist das die Zukunft: „Eine für alles“?

Heinz Glässgen: *Wir brauchen kompetente Kollegen, die diese Welt verstehen, die auch komplizierte Dinge einordnen können. Wir brauchen Sachverstand. Diesen können wir aber schon aus Kostengründen nicht an vielen verschiedenen Stellen vorhalten. Wir mussten die inhaltliche Kompetenz konzentrieren. Da haben wir uns für das Motto entschieden: „Einmal generieren, unterschiedlich distribuieren“. Das heißt nicht, dass beispielsweise ein Reporter einen Bericht für jedes Programm selber und gleichzeitig machen muss. Aber es bedeutet, dass wir die im Haus vorhandene Fachkompetenz und das Urteilsvermögen soweit irgend möglich mehrfach nutzen. Die Technik in der digitalen Welt gibt heute die Möglichkeit ganz anders als früher vorzugehen. Man redet immer von der Konvergenz der Technik. Bei uns folgt als Antwort darauf die Konvergenz der Redaktionen. Noch einmal: Das Konzept ist inhaltlich begründet und hängt auch mit ökonomischen Zwängen zusammen.*

Klingt theoretisch gut. Aber wie soll das in der Praxis funktionieren?

Die skizzierte Struktur haben wir ja nicht erst für den Neubau geplant. Das Konzept

mit den Fachredaktionen wurde bereits vorher beschlossen. Wir konnten es nur nicht voll umsetzen, weil wir bislang an zwei Standorten produzieren mussten. Es gibt aus meiner Sicht keine Gründe, warum das neue Produktionskonzept nicht funktionieren sollte. Beim Sport funktioniert das bereits wunderbar. Die Kollegen, die bisher nur im Fernsehen Sport gemacht haben, sind froh, dass nun die Hörfunk-Kollegen dazu kommen, die ihre Kompetenz mit einbringen. Unsere Fachredaktionen sind auch dank ihres Sachverstandes insgesamt eine wichtige Größe, indem sie unsere Programmredaktionen frühzeitig hinweisen: „Passt auf, da ist ein wichtiges Thema, das müsst ihr machen“.

Wer bildet denn eigentlich die neuen Fachredaktion: Sind da Kollegen neu zusammengewürfelt worden oder hat sich nur die Zieladresse für die Beiträge geändert?

Die Fachredaktionen wurden bei der grundlegenden Veränderung des Programmbereichs wie die Programmredaktionen aus den Kolleginnen und Kollegen gebildet, die damals im Sender arbeiteten. Ein wesentliches Kriterium war das Interesse der Kolleginnen und Kollegen, die sich für die Arbeit in diesem oder jenem Bereich melden konnten. Wir haben mit allen Einzelgespräche geführt, das neue Konzept vorgestellt und um Interessensbekundungen gebeten, wer wo arbeiten möchte. Bei den Programmredaktionen haben wir zudem die vorgesehenen Leiter in die Personalauswahl einbezogen.

Hatten Sie ein Vorbild für Ihr neues Konzept?

Das neue Konzept hat sich durch die schwierigen Überlegungen des programmlichen Neu-Konzeptes ergeben. Wie haben ja – immer im Blick auf das uns ab 2006 zur Verfügung stehende Geld – einzelne Programme bzw. ein Programmbouquet entwerfen müssen, das dem Rundfunkauftrag gerecht wird, den Interessen der Menschen und dem Kriterium des Erhaltes der Eigenständigkeit des Senders, die von allen Seiten gefordert war.

Es klingt ja nun erstmal vernünftig, dass eine Fachredaktion alle Wellen bedient. Aber wie haben Sie sich gedacht, den Spagat zwischen dem Jugendradio Bremen Vier und dem informationsorientierten Nordwestradio hin?

Selbstverständlich hat Bremen Vier eine andere Sprache als Bremen Eins oder das Nordwestradio und das wird auch so bleiben. Wir wollen die Profile der Programme nicht durch Einheitsware beschädigen. Es wird Kollegen geben, die die jeweiligen Informationen auf die jeweilige Zielgruppe zuschneiden können. Und es gibt ja qualifizierte Programmredaktionen, die die jeweiligen Inhalte für ihre Zwecke übersetzen. Grundsätzlich ist es mir lieber, wir haben einen Inhalt, den die Redaktionen übersetzen können, als wenn sie einen solchen Inhalt erst gar nicht zur Verfügung hätten.

Wenn es also einen Kollegen gibt, der in Diktion und Tonlage nicht ganz für das Jugendprogramm taugt, dann würde man einfach nur seine O-Töne nehmen...

Genau. Den O-Ton ins Haus zu bringen von einer Veranstaltung – das kann jeder. Der stellt ihn ins Redaktionssystem – und dort wird er weiter verarbeitet. Für welches Programm auch immer. Aber wir müssen

nicht mehr drei, vier, fünf Reporter irgendwo hinschicken.

Wie stellen Sie im redaktionellen Ablauf denn sicher, dass O-Töne in der sagen wir mal dritten Bearbeitungsschleife noch im ursprünglichen Kontext eingesetzt werden und Klagen über „aus dem Zusammenhang gerissenen und sinnentstellten Zitate“ nicht zu Alltag werden?

Ich vermute, dass diese Frage noch aus der Zeit der früheren Technik stammt. Wieso soll jemand, der auf die Daten zurückgreift, die dritte Bearbeitungsschleife wählen? Sie oder er haben doch das Ursprungsmaterial vor sich und können damit das anstellen, was sie für ihren Kontext benötigen.

Haben Sie denn früher – Sie waren ja u.a. beim SDR und beim NDR– oft erlebt, dass Arbeit doppelt, dreifach oder vierfach erledigt wird?

Na klar. Das war teilweise auch gar nicht anders möglich. Wenn wir das heute immer noch machen, würden uns dies die Gebührenzahler zu Recht vorwerfen können. Heute können Bilder und Töne mehrfach genutzt werden, multimedial. Das war früher schon aus technischen Gründen so nicht möglich. Wir bemühen uns, uns innerhalb des Hauses verstärkt auszutauschen und Synergien zu bilden. Das betrifft nicht nur die Postproduktion mit O-Tönen – die unterschiedlichen Planungen der Redaktionen werden in gemeinsamen Konferenzen vorher abgestimmt und die entsprechenden Ergebnisse ins Netz gestellt, so dass jeder weiß, was der andere plant.

Ich habe noch Zeiten erlebt, wo die Konkurrenz zwischen einzelnen Wellen im Haus spürbar war. Diesen Programm-Egoismus haben wir deutlich abgebaut. Die Kollegen reden miteinander, sie feiern übrigens jetzt sogar zusammen. Und so entsteht das Ge-

fühl: „Wir machen ein Radio-Bremen-Programm.“

Wenn dieser Programm-Egoismus, wie Sie es ausdrücken, ein Hemmnis statt kreativer Wettbewerb ist, warum sind derartige Synergien wie sie jetzt Radio Bremen nutzt, nicht in jeder ARD-Anstalt selbstverständlich? Wenn Sie technisch nicht entsprechend ausgestattet sind, dann funktioniert das nicht. Erst recht nicht, wenn Sie mit zwei Standorten arbeiten, die auch noch zehn Kilometer auseinander liegen. Dann sind einer solchen vernünftigen Idee Grenzen gesetzt. Sie brauchen schon die örtlichen und technischen Voraussetzungen. Dann können Sie darüber nachdenken.

Würde das „Bremer Modell“ auch in den größeren Häusern funktionieren?

Das weiß ich nicht. Ich habe dieses Modell ja nicht als Modell schlechthin für den Rundfunk von heute überlegt. Die Aufgabe war in erster Linie, das Überleben von Radio Bremen zu sichern – mit den Sparzwängen, die dahinter stecken.

Sparzwängen haftete ja erst mal etwas Negatives an. Das ist gemeinhin keine gute Voraussetzung um Begeisterung für neue Wege zu wecken. Wie motivieren Sie denn die Mitarbeiter zu einer positiven Einstellung zum neuen trimedialen Konzept?

Die Mitarbeiter sehen ja auch, wohin technisch die Reise geht. Die wissen schon, dass Hörfunk und Fernsehen morgen nicht mehr so aussehen wie heute. Viele fragen sich natürlich: Muss ich nun umlernen?

...Und was antworten Sie denen?

Manche hatten zu Hause doch schon modernere Technik als im alten Radio Bremen. Auf der anderen Seite müssen wir auch die Kollegen mitnehmen, die erstmal nicht zum Wechsel der Produktionsweise bereit sind,

die nun mehr mit Technik zu tun haben als vorher. Vor dem Hintergrund der Alternativlosigkeit ist das vielleicht etwas leichter zu vermitteln. Wenn sie sich nämlich vor Augen führen, dass wir ohne den Wechsel gar nicht mehr senden würden, werden die Veränderungen zumindest auch unter diesem Blickwinkel betrachtet und beurteilt.

Haben Ihnen Ihre eigenen journalistischen Erfahrungen eigentlich für die strukturelle Neugestaltung von Radio Bremen gedient?

So kann man das nicht sagen. Ich habe ja noch mit „Schnürsenkel“ und „Nagra“ gearbeitet. Da hat man dann für ein Fernsehstück Töne mitgebracht, von denen man nicht gedacht hätte, dass die jemals für den Hörfunk taugen. Aber jetzt sind wir im digitalen Zeitalter. Und jetzt kann man die Töne zwischen Hörfunk und Fernsehen einfach austauschen – das war früher nicht so. Das erfordert und ermöglicht ein neues Denken.

Wer hat Sie denn – Sie sind Jahrgang 1943 – eigentlich für diese technischen Dinge begeistert? Sie haben ja nun auch noch die Arbeit an der Schreibmaschine erlebt...

Na klar – Schreibmaschine mit Tipp-Ex und so weiter. Aber auf die neuen Entwicklungen kommt man ja auch, indem man über Dinge nachdenkt und indem man sich dafür interessiert, was sich verändert. Ich habe ja nun lange auch als Abteilungsleiter und Hauptabteilungsleiter beim NDR gearbeitet – und mit diesen Kenntnissen und Erfahrungen hat man es dann deutlich leichter, auf technische Herausforderungen zu reagieren. Vor dem Hintergrund der extremen Herausforderungen, vor die Radio Bremen gestellt war, war es dann eher möglich, Abläufe im Programm oder die Zusammenarbeit zwischen Programm und Produktion zu optimieren.

Betrifft die „Optimierung“ auch die journalistischen Inhalte? Werden auch sie durch die neuen Produktionsstrukturen verändert?

Zunächst versuchen wir die Inhalte, die wir haben, zu pflegen und zu profilieren. Und wenn sich dann alles eingespielt hat, was die Digitaltechnik und die neuen Formen der Zusammenarbeit angeht, haben wir hoffentlich den Kopf wieder frei, um über Neues nachzudenken. Das ist eine Herausforderung für die Zukunft, dass wir über neue Formate im digitalen Zeitalter nachdenken. Für mich war es wichtig, den Sender erstmal in die Gegenwart zu führen. Denn nur wer in der Gegenwart ist, kann den Blick in die Zukunft richten.

Geben Sie uns doch mal einen kurzen Ausblick, was könnte ein solches wünschenswertes Format im digitalen Zeitalter sein?

Dieser Frage werden wir zum gegebenen Zeitpunkt mit den Kolleginnen und Kollegen unserer Programme nachgehen. Da gibt es dann eine Reihe von Anregungen, wie die bestehenden Programme ergänzt und weiterentwickelt werden können. Wir werden Hörfunk oder Fernsehen nicht neu erfinden, aber intelligente Ansätze einer Unterhaltung oder einer Vermittlung von Informationen, vielleicht auch unter stärkerer Einbeziehung von Kreativen außerhalb unseres Hauses oder der Hörerinnen und Hörer, der Zuschauerinnen und Zuschauer werden wir sicher finden und zulassen.

Wenn Sie über neue Inhalte nachdenken – könnten das auch Inhalte nur fürs Internet sein?

Das sprechen Sie eine große medienpolitische Diskussion an, die weit über Radio Bremen hinausgeht. Ich sehe bei uns nicht, dass wir primär Programme fürs Internet machen.

Inwiefern ist der Ruf „Online first“ für Sie relevant?

Wenn irgendein Reporter zurückkommt, der einen Bericht mitgebracht hat – und der könnte erst in einer Stunde im Radio gesendet werden, dann kann es schon sein, dass er zunächst einen Beitrag fürs Internet macht.

Es gibt ja Überlegungen, dass ARD-Anstalten mit Verlagen kooperieren – Können wir also künftig Ihre Regionalsendung „buten un binnen“ auch auf weser-kurier.de anschauen?

Das glaube ich nicht. Auch wenn die Kooperation mit Verlagen vernünftig wäre. Wir könnten beispielsweise Bilder liefern zu den Texten der Zeitungskollegen. Aber das eigenständige Profil ist natürlich für beide Seiten wichtig. Ich kann mir nicht vorstellen, dass Verleger ihre Inhalte unter radiobremen.de veröffentlichen und sagen: „Hauptsache die Inhalte erreichen die Menschen“. Umgekehrt wird „buten un binnen“ auf jeden Fall in erster Linie bei Radio Bremen laufen und vielleicht irgendwann in Ausschnitten auf den Zeitungs-Internetseiten. Aber da gibt es heute noch keine Überlegungen.