

Neue journalistische Formate und Arbeitsweisen durch veränderte Mediennutzung

Guten Morgen.

Mein Name ist Ulla Fiebig, ich bin Fernsehkorrespondentin im ARD-Hauptstadtstudio, ich berichte also vor allem für Tagesschau und Tagesthemen. Mein Heimatsender ist seit 14 Jahren der SWR, das erwähne ich hier in Mainz besonders gern.

Ich kann heute natürlich nicht für DIE ARD sprechen, aber aus meinem Blickwinkel kann ich einiges dazu sagen, was ich bei uns in der Wahlkampf-Berichterstattung beobachtet habe.

Ich möchte behaupten, dass die Zeit der „Tittertussis“ wieder vorbei ist. Also zumindest, wenn die Jobbeschreibung lautet: junge, netzaffine Journalistin präsentiert die besten Tweets zu einem laufenden Thema, gern angekündigt mit der Floskel – Und nun der Blick ins Netz.

Eine Zeit lang konnten sich Sendungen bei Live-Ereignissen so den Anstrich geben, modern zu sein und die neuen Kommunikationskanäle ernst zu nehmen. Doch recht schnell hat sich gezeigt, dass diese Art „Rubrik“ dem Ganzen nicht gerecht wird.

Es wurde bei einigen Formaten im Bundestagswahlkampf versucht, das Netz entweder auf eine natürlichere, normalere Weise einzubinden oder gleich ins Netz zu gehen.

Die „wahlschau“ hat das versucht. Ein 30-minütiges Format von tagesschau24 und tagesschau.de. Das kam an vier Sonntagen im September, erstmals am Tag des TV-Duells zwischen Merkel und Steinbrück und lief bis zum Tag der Bundestagswahl.

<http://www.tagesschau.de/wahl/wahlschau/wahlschau146.html>

Ein kleines Team bei der Tagesschau, 3 Leute, konnte einfach mal ausprobieren – das allein ist schon bemerkenswert. Und Linda Zervakis und Ingo Zamperoni – immerhin zwei junge und

bekannte Gesichter – haben moderiert. Die Macher haben youtube-Star, Video- und Netzkünstlerin Kathrin Fricke – bekannt als coldmirror – engagiert für Verpackung und Einspielfilme. Und ansonsten wurde viel geredet und improvisiert. Der google-hangout war ein zentrales Element in der „wahlschau“.

Es sollte anders sein als die sonstige Wahlberichterstattung und deshalb wurde auch überlegt, ob überhaupt Politiker im Hangout sein sollten. Das war ein entscheidender Punkt. Im Ergebnis waren es dann junge Politiker, die dabei waren. Und auch aufstrebende Politikwissenschaftler hatten ihren Auftritt, Professor Faas etwa ;-)

Ein bisschen schräg sollte die Sendung auch sein, deshalb wurde der Job der „Twittertussi“ persifliert: Tagesschau-Sprecher-Legende Jo Brauner las vor eigener Kamera die ganze Zeit Tweets vor und kommentierte diese. Parallel lief alles auf tagesschau.de zusammen, die Flipside genutzt haben.

Mein Fazit: Sehr bunt, ein bisschen chaotisch, aber auch mutig und nicht so perfekt wie das üblicherweise bei der Tagesschau der Anspruch ist – aber das war hier ganz sympathisch.

Ich möchte jetzt nicht all zu lang über einzelne Sendungen referieren, sondern zu den Entwicklungen insgesamt etwas sagen. Dass es die „wahlschau“ gab, oder die Sendung „Überzeugt uns“ – Der Politikercheck für junge Wähler – unter anderem mit Richard Gutjahr, oder „was zur Wahl“ - die interaktive Late-Night-Talkshow im WDR mit Max von Malotki und namhaften Netz-Kennern wie Sascha Lobo, Sixtus, Dueck und Niggemeier... das alles zeigt, dass die ARD an verschiedenen Punkten versucht, das Netz nicht als „die da“ sondern als „wir hier“ zu sehen. (So hat das Malotki formuliert.)

Die ARD hat durchaus ein Ideen-Potential – und das sollte noch viel stärker wahrgenommen und genutzt werden. Ich will hier auch das Vololab nennen, letztens in Bremen. Da haben sich ARD-Volontäre in Eigeninitiative ein Wochenende lang Gedanken gemacht, wie sie die ARD in der Zukunft gestalten wollen. Mich macht das zuversichtlich und ich hoffe, die Nachwuchskolleginnen

und –kollegen behalten sich ihre Frische und lassen sich nicht zu schnell von schwierigen Rahmenbedingungen abschrecken.

Wie reagiert die ARD nun - neben dem Ausprobieren neuer Formate - auf die sich verändernde Mediennutzung? Dazu einige kurze – nicht abschließende - Informationen:

Die Landesrundfunkanstalten richten sich immer stärker tri- oder crossmedial aus. Es geht also um die Vernetzung von Radio, Fernsehen und Online. Bei den Nachrichten wird das zB beim SWR schon praktiziert, aber natürlich kann das auch in anderen Bereichen Sinn machen. Es gibt die Mediatheken, Livestreams, Social TV oder Social Radio, also im Netz begleitete Sendungen, meist Live-Ereignisse. Bei einzelnen herausragenden Filmen gibt es Zusatzinformationen zur Geschichte oder den Schauspielern in Echtzeit im Netz.

Immer mehr Sendungen sind bei Facebook und Twitter präsent und nutzen diese Kanäle zur Zuschauer- und Hörerbindung oder eben als Beteiligungs-Plattformen. Der „Tatort“ ohne Twitter ist eigentlich nicht mehr vorstellbar. Und um da noch mal einen kleinen Schlenker zur Bundestagswahl zu machen: Der Tatort war für grüne Innen- und Rechtspolitiker sogar ein Instrument, um mit dem Account @Tatortwatch „Darf der Tatort das?“ Wahlkampf zu machen. ... Nach der Wahl war dann mal Funkstille – es geht aber jetzt wohl weiter.

Was mich unabhängig von Plattformen aber besonders beschäftigt, seitdem ich das Thema Netzpolitik im Hauptstadtstudio vor drei Jahren gesetzt habe, ist, wie offen sind die bestehenden Redaktionen, über Themen aus diesem Bereich zu berichten. Denn ohne Sendeplatz geht letztlich gar nichts. Es muss also auch inhaltlich ein Umdenken stattfinden. Anfangs war das sehr schwer, und ein Film über Gunter Dueck in den Tagesthemen schon ein Ausnahme-Ereignis, das ich gefeiert habe. Inzwischen sehe ich eine gewisse Offenheit, wenn es um Netz-Themen geht – oft genug fallen sie aber auch jetzt noch zugunsten klassischer Nachrichten-Themen hinten runter. Den NSA-

Überwachungsskandal nehme ich hiervon ausdrücklich aus. Aber Netzpolitik ist eben auch noch mehr als das

Immerhin haben wir bei dieser Bundestagswahl auch speziell auf den Wahlkampf im Internet geschaut. In der großen ARD-Wahlendung am 22.9. gab es einen eigenen Beitrag dazu, inklusive Interview per Skype-Schalte. Thorsten Faas ist für so was ja zu haben ;-). Aber ich wurde danach auch gefragt, warum denn dieses Interview per Skype und nicht wie üblich mit einem Kamerateam. Der erste Grund war, dass ein Skype-Interview zum Thema des Beitrags passte – und der zweite: Ich hätte das Interview sonst nicht selbst führen können, und das war mir schon wichtig.

Das Interview mit Thorsten Faas habe ich übrigens per Twitter-Direktnachricht vereinbart – womit ich noch kurz zu dem Punkt komme, wie Journalisten die verschiedenen Informationsquellen, insbesondere Twitter, nutzen.

In den letzten ein, zwei Jahren hat sich durchaus etwas getan. War ich vor zwei Jahren noch die Einzige aus meiner Redaktion, die Twitter aktiv genutzt hat, sind es jetzt bestimmt die Hälfte der Kolleginnen und Kollegen.

Ich persönlich nutze Twitter natürlich als Informationstool, aber vor allem zum Kontakthalten. Twitter hilft mir auch dabei, dass sich Follower ein Bild von mir machen können, nicht nur von meiner Arbeit, sondern auch als Person. Die Kommunikation, die bei Twitter entsteht, empfinde ich in den meisten Fällen als sehr angenehm und bereichernd. Wer mir folgen möchte, findet mich unter @UllaRamone.

Vielen Dank.