

- > rbb legt Fernseh- und Hörfunkdirektion ab 1. Mai zur multimedialen Programmdirektion zusammen
- > Abteilungen und Redaktionen werden neu strukturiert / Einheitliches Planungs- und Informationssystem
- > Online-Angebot des rbb soll redaktionell und aktuell ausgebaut werden

„Die neue Programmdirektion ist kein Sparschwein“

> Interview mit Dr. Claudia Nothelle, Fernsehdirktorin des Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb)



> Dr. Claudia Nothelle

Studium der Katholischen Theologie und Germanistik
1984 - 1986 Stipendiatin des Instituts zur Förderung publizistischen Nachwuchses
journalistische Tätigkeiten für Zeitungen
1992 - 2006 MDR, u.a. Landesfunkhaus Thüringen, „Fakt“, ARD-aktuell und Reisekorrespondentin in Indien, Pakistan und Afghanistan
2003 - 2006 Korrespondentin des MDR im ARD-Hauptstadtstudio in Berlin.
Seit **1. November 2006** Chefredakteurin des rbb Fernsehens

Ab dem 1. Mai beginnt für die Berlin-Brandenburger ARD-Anstalt rbb eine tiefgreifende Veränderung, die nur mit der Fusion von ORB und SFB im Jahr 2003 vergleichbar ist: Der Hörfunk und das Fernsehen werden in einer gemeinsamen Direktion zusammengefasst. Ein Schritt, der so in der ARD einmalig ist und den manche auch wegen der Komplexität des neuen Verantwortungsbereiches für mutig halten. Die neue „Content“-Direktorin Dr. Claudia Nothelle wird dann für das rbb-Fernsehprogramm, die Zulieferungen für das Erste, die sechs Radiowellen und das Internetangebot des Senders verantwortlich sein. Zu den Zielen der Zusammenlegung sagte Claudia Nothelle in einem promedia-Gespräch: „Wir schaffen nicht die neue Programmdirektion, um zu sparen. Wir wollen uns vielmehr multimedial aufstellen, um für die Zukunft gerüstet zu sein. Im Mittelpunkt steht die journalistische Qualität. Mit unserer publizistischen Kraft möchten wir weiterhin möglichst viel und möglichst gutes Programm produzieren.“

promedia: Frau Nothelle, ab 1. Mai werden Sie für Hörfunk und Fernsehen zuständig sein. Wie viele Stunden Radio hören Sie täglich?

Nothelle: Ich höre immer Radio, wenn ich Auto fahre, morgens beim Aufstehen und manchmal auch abends zu Hause. Hochgerechnet sind das eineinhalb bis zwei Stunden. Tagsüber läuft das Radio – wenn es läuft – eher nebenbei, manchmal auch über den Computer. Beiträge und Sendungen, die mich besonders interessieren, höre ich als Podcast.

promedia: Wenn eine Fernsehfrau künftig für Fernsehen und Radio zuständig ist, wenn

Redaktionen zusammengelegt werden und Fernsehen sowieso das wichtigere Medium ist, wird nicht das Radio beim rbb leiden?

Nothelle: Mit Sicherheit nicht, weil wir sechs Radiowellen und ein Fernsehprogramm haben.

promedia: Das sagt aber noch gar nichts...

Nothelle: Doch, das sagt eine Menge. Ich setze fest darauf, dass das Fernsehen vom Radio profitiert. Und umgekehrt.

promedia: Aber der Etat fürs Fernsehen ist deutlich höher als für das Radio.

Nothelle: Das war er schon immer, ganz einfach weil Radiomachen nicht so aufwendig ist. Aber: die Höhe des Etats sagt nichts über die Qualität eines Programms aus und erst recht nichts über seine Wertschätzung. Gerade weil Radio nicht so teuer ist, kann es oftmals schneller, unaufwendiger und kreativer produzieren. Dass das Radio in der neuen Struktur nicht unter die Räder gerät, sieht man außerdem daran, dass die bisherigen Wellen als Wellen erhalten bleiben. Wir gehen davon aus, dass lineares Programm in den nächsten fünf bis zehn Jahren sicher noch die entscheidende Verbreitungsform sein wird. Und da muss sich Radio als Radio und Fernsehen als Fernsehen weiter profilieren – auch wenn beides klar den Stempel „rbb“ trägt. Ich werde also nicht den Radioetat kürzen, um den Fernsehetat aufzustocken.

promedia: Wo gibt es Grenzen beim Zusammenlegen, so dass Radioredaktionen auch weiter Radio machen?

Nothelle: Wir wissen, dass es Mitarbeiter geben wird, die ein besonderes Talent für das eine oder eben das andere Medium haben. Das gilt aber auch schon innerhalb der Medien: Es ist nicht jeder Moderator ein guter Dokumentarfilmer (und umgekehrt). Wir brauchen gute Drehbuchautoren, Regisseure und Livereporter. Aber wir brauchen auch Journalisten, die für Fernsehen, Radio und Internet denken, planen und berichten können, die Ideen haben, die in verschiedenen Medien, in verschiedenen Formen und Sendungen funktionieren.

Wir werden nicht alle Redaktionen, Sendungen und Wellen zusammenlegen, nicht alles muss multimedial funktionieren. Aber vieles soll am Ende des Prozesses multimedial sein. Unser Grundgedanke ist, dass wir von den Inhalten her denken. Multimediales Arbei-

ten ist in vielen Bereichen möglich: bei der Themenfindung, der Planung, der Suche von Interviewpartnern, bei der Eventvorbereitung oder auch bei Standard-Pressekonferenzen zum Beispiel. Es geht uns eben nicht nur darum, dass ein Reporter ein Thema für Radio, Fernsehen und Internet macht. Sondern wir wollen Inhalte so gestalten, dass wir für die verschiedenen Medien einen Mehrwert schaffen können. Das kann mal ein Autor für alle Medien sein, mal eine Recherche, die von

„Ich setze fest darauf, dass das Fernsehen vom Radio profitiert. Und umgekehrt.“

mehreren Autoren für unterschiedliche Sendungen genutzt wird oder auch eine Sendung, die im Radio und im Fernsehen funktioniert. Gleichzeitig werden wir immer Verantwortliche brauchen, die auf das Profil der einzelnen Sendungen und Wellen achten. Die Abendschau muss die bestmögliche Abendschau sein und bleiben, Antenne Brandenburg die beste Antenne etc. Nur durch eine gezielte Markenpflege können unsere Programme auf dem Markt erfolgreich sein.

promedia: Lässt sich quantifizieren, wie groß der wirtschaftliche Effekt sein könnte?

Nothelle: Nein, das können wir nicht beziffern. Die neue Programmdirektion ist kein Sparschwein, sondern es geht um möglichst große Synergien, um Raum für Journalismus zu schaffen. Künftig sollen nicht fünf Redakteure bei der Polizei anrufen, wenn z. B. eine Rauchsäule über der Philharmonie zu sehen ist, sondern nur noch einer. Die anderen vier können sich in der Zeit dann schon mit anderen Fragestellungen rund um das Thema beschäftigen. Trotz aller finanziellen Not, die der rbb hat, ist das neue Modell nicht aus Sparzwang geboren.

promedia: Es ist aber doch keine Schande, bei über 50 Mio. Euro Defizit sparen zu wollen...

Nothelle: Natürlich nicht, das beweisen wir ja auch ständig. Aber noch einmal: wir schaffen nicht die neue Programmdirektion, um zu sparen. Wir wollen uns vielmehr multimedial aufstellen, um für die Zukunft gerüstet zu sein. Im Mittelpunkt steht die journalistische Qualität. Mit unserer publizistischen Kraft möchten wir weiterhin möglichst viel und möglichst gutes Programm produzieren.

Von daher kann ich im Moment noch nicht sagen, welches Ergebnis wir am Ende erzielen werden. Aber eins kann ich versprechen: was auch immer wir einsparen, soll möglichst dem Programm zugute kommen.

promedia: In der Regel ist es so, dass man, wenn man sparen will, zuerst etwas ausgeben muss. Rechnen Sie damit, dass es am Anfang vielleicht sogar etwas teurer sein könnte?

Nothelle: Ja, das könnte sein. Zuerst müssen wir die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schulen. Nicht jeder Radioreporter kann sofort auch als Fernsehreporter arbeiten und umgekehrt. Daher wird es einen erhöhten Bedarf an Fortbildung geben. Außerdem sind wir

dabei, ein neues Redaktions- und Planungssystem einzuführen. Das Radio arbeitet mit zwei unterschiedlichen Systemen und das Fernsehen mit einem dritten. Man kann von einem Redakteur, der aktuell arbeitet, nicht verlangen, drei Systeme gleichzeitig im Blick zu behalten. Wir brauchen also dringend eine gemeinsame redaktionelle technische Plattform, um die einzelnen Medien und Bereiche miteinander zu vernetzen. Seit einigen Monaten schon können wir relativ unkompliziert Fernseh-O-Töne zum Radio überspielen. Aber auch dieses System muss noch ausgebaut werden.

promedia: Wie weit sind Sie mit der multimedialen Arbeitsweise bereits gekommen?

Nothelle: Schon lange Jahre Routine ist die Bimedialität im Sport. Auch in unserer Kirchenredaktion arbeiten Hörfunk und Fernsehkollegen eng zusammen. Es gibt darüber hinaus diverse Bereiche, in denen die Kolleginnen und Kollegen in den letzten Monaten schon weit gekommen sind. So wollen zum Beispiel die Rathausreporter in Berlin zukünftig gemeinsam in einem Pool für Fernsehen und Radio ihre Themen recherchieren, Interviewpartner suchen und Beiträge produzieren. Oder die Planungsredaktionen von Antenne Brandenburg und Brandenburg aktuell, die schon recht gut verzahnt sind. Es entstehen Netzwerke, die wir fördern, strukturieren und zu einer bi-, tri- oder multimedialen Einheit bringen wollen. In den neuen Hauptabteilungen entstehen bereits

viele Ideen. Diejenigen, die dort zusammenarbeiten werden, überlegen jetzt schon, wie sie ihre Programme vernetzen können und welche neuen Projekte sie umsetzen wollen. Diese Entwicklungen zu unterstützen und wenn nötig auch zu forcieren, sehe ich als eine meiner entscheidenden Aufgaben.

promedia: Wie sehr findet das Fernsehprogramm des rbb 20 Jahre nach dem Mauerfall im ehemaligen Osten gleichermaßen wie im ehemaligen Westen Akzeptanz?

Nothelle: Wir haben noch keine hundertprozentige Übereinstimmung, wahrscheinlich wird das auch niemals so sein. Aber die Werte liegen schon recht nahe beieinander. An vielen Tagen schauen die Brandenburger mehr rbb Fernsehen als die Berliner, häufig die West-Berliner mehr als die Ost-Berliner. Manchmal ist es aber auch umgekehrt. Das liegt sicher mit daran, dass die Brandenburger Deutscher Meister im täglichen Fernsehkonsum sind. Unterschiedliche Gewohnheiten spielen auch eine Rolle. So wissen wir, dass die Städter oftmals später fernsehen, weil ihr Lebensrhythmus anders ist. Manche Sendungen interessieren eher die Brandenburger und andere mehr die Berliner – und oftmals steht das Interesse genau umgekehrt zu unseren Erwartungen. Exakt planbar ist das sicher nicht, aber gerade das macht Fernsehen-Machen ja auch spannend.

promedia: Das rbb-Fernsehen muss einen schwierigen Spagat zwischen den Problemen

„Ich setze eher auf Evolution statt Revolution. Jüngere Themen und Protagonisten sollten mit der Zeit auch jüngere Zuschauer vor den Fernseher holen.“

der Stadt und des Landes meistern. Wie gelingt das?

Nothelle: Ich glaube, dass uns dieser Spagat nicht immer, aber immer besser gelingt. Die Brandenburger sind sehr daran interessiert, was sich in Berlin ereignet, wir beobachten hier eine Orientierung auf die Metropole hin. Die Berliner interessieren sich für das, was in Brandenburg passiert, wenn es etwas Besonderes, etwas Relevantes ist. Da unterscheiden sich Berliner nicht von Brandenburgern und unsere Zuschauer nicht von anderen Zuschauern: sie suchen grundsätzlich packende, neue, informative Themen – eben das, was den allgemeinen journalistischen Kriterien

standhält. Doch uns ist auch klar: Man wird nicht mit jeder einzelnen Sendung alle gleichzeitig begeistern.

promedia: Sie haben kein Quotenmodell, dass ein bestimmter Prozentsatz in der Woche immer aus Berlin bzw. Brandenburg kommen muss?

Nothelle: Nein, wir achten natürlich darauf, dass Brandenburg und Berlin in unseren Magazinsendungen gleichermaßen vertreten sind. Aber es gibt keine Quotenvorgabe – die würde dem journalistischen Denken grundlegend widersprechen. Uns ist viel wichtiger, dass unsere Redakteure und Reporter Themen abseits der ausgetretenen Wege entdecken und unsere Programme mit wirklich Neuem bereichern.

promedia: Die finanziellen Probleme des rbb sind bekannt. Welche Möglichkeiten sehen Sie dennoch, dass der Sender etwas stärker im Ersten vertreten sein wird?

Nothelle: Auch mit kleinem Geldbeutel ergeben sich immer wieder Möglichkeiten. So verantworten wir zum Beispiel die Produktion 60x Deutschland. Einmal abgesehen vom schlechten Sendeplatz in der ARD haben wir uns damit als rbb in diesem Jubiläumsjahr profiliert, denn diese Reihe wird in der Öffentlichkeit sehr wahrgenommen. Wir produzieren außerdem eine dreiteilige Dokumentation „Mein Deutschland“, in der sich Prominente aus Ost und West zu sechs deutschen Jahrzehnten äußern. Akzente setzen können wir auch im Bereich Satire und Comedy. Gerade neu gestartet ist der Satiregipfel mit Mathias Richling. Und Kurt Krömer wird künftig auf einem besseren Sendeplatz am Donnerstagabend laufen. Mit unseren „Tatorten“ und „Polizeirufen“ sind wir auch im fiktionalen Bereich präsent. Und unser Politikmagazin „Kontraste“, unsere Sportberichterstattung und das, was wir für „Tagesschau“ und „Tagesthemen“ produzieren, stärkt unser Profil im Ersten. Wir hätten noch viel mehr Ideen, aber da die Finanzlage so ist, wie sie ist, müssen wir mit Qualität und nicht mit Quantität punkten.

promedia: Als vor 20 Jahren die Mauer fiel, hat der WDR einen beträchtlichen Teil der Berichterstattung geleistet. Wer berichtet in diesem Jahr von 20 Jahren Mauerfall?

Nothelle: Der rbb wird klar die Federführung haben für die Berichterstattung rund um den 9. November, auch wenn wir – je nach Aufwand – die eine oder andere Sendung zusammen mit anderen ARD-Anstalten produzieren werden. Auch vor 20 Jahren hat der SFB die spektakulären Bilder vom Fall der Mauer

gedreht und gesendet. Unser Archiv birgt zahlreiche Schätze aus dem Jahr 1989, die wir zum Jubiläum zeigen wollen.

promedia: Welche Möglichkeiten sehen Sie für verstärkte Kooperationen zwischen verschiedenen ARD-Anstalten?

Nothelle: Es bestehen ja bereits viele Kooperationen. Die meisten davon sind gut und sinnvoll. Aber sie dürfen nicht zulasten unserer eigenen regionalen Angebote gehen, die die Stärke unserer 3. Programme ausmachen. Ohne diese Krise „Stallgeruch“ wären die Regionalprogramme doch austauschbar.

Eine sinnvolle Kooperation besteht in meinen Augen zwischen den Wirtschafts- und Verbrauchermagazinen. Die Redaktionen beauftragen aufwendige Verbrauchertests gemeinsam und schaffen die regionale Rückbindung durch eigene Experten. Solche Möglichkeiten zur Kooperation könnte ich mir auch in anderen Bereichen vorstellen.

promedia: Monika Piel hat im Zusammenhang mit ihrer Klage, dass dem WDR 100 Mio. Euro fehlen, generell eine größere Arbeitsteilung und Spezialisierung zwischen den Sendern gefordert. Sehen Sie das auch so?

Nothelle: In bestimmten Fällen finden diese Spezialisierungen bereits statt. Wir, der Rundfunk Berlin-Brandenburg, können kaum die große Samstagabend-Show produzieren, da fehlt uns schon die finanzielle Ausstattung. Das machen andere Anstalten. Genauso gibt es auch in der Sportberichterstattung Spezialisierungen, so sind meine Kolleginnen und Kollegen im rbb Spezialisten für Biathlon, aber auch für Rundern und Kanu.

Vielleicht kann man die Arbeitsteilung hier und dort noch ausbauen, aber eine Grundkompetenz fürs Gesamtprogramm muss in allen Anstalten erhalten bleiben. Gerade die kleineren Sender werden sonst sehr schnell auf regionale Zulieferungen reduziert.

promedia: Sie sind ab dem 1. Mai nicht nur für Radio und Fernsehen zuständig, sondern auch für das Internet. Welche Möglichkeiten sehen Sie, das Internetangebot des rbb auszubauen?

Nothelle: Wir müssen zuerst mit unseren bestehenden Angeboten durch den Drei-Stufen-Test, aber wir müssen natürlich jetzt schon strategisch überlegen, wohin sich unsere Internetpräsenz entwickeln muss. Die zentrale Frage ist, ob wir es schaffen, eine eigene Internet-Marke anzubieten, die im Idealfall so gut ist, dass die User sie nutzen, wenn sie etwas über Berlin und Brandenburg wissen wollen. Mein Ziel ist es, dass wir uns zu einem Medium entwickeln, das die im Haus vorhan-

denen Informationen möglichst aktuell online präsentiert. Um das voranzubringen, müssen Bilder und Töne sehr viel schneller verfügbar sein und sehr viel mehr genutzt werden. Wir müssen die Rechercheergebnisse aufgreifen und nicht versickern lassen. Die neue multimediale Programmdirektion kann und muss in diesem Zusammenhang einzelnen Sendungs- und Welleneigenschaften dämpfen.

promedia: Sowohl „Fritz“ als auch das rbb-Fernsehen haben Probleme, junge Leute zu erreichen. Wäre es da nicht an der Zeit, ein medienübergreifendes, jugendaffines Projekt im Internet zu starten?

Nothelle: „Fritz“ geht diesen Weg gerade. So existiert eine Online-Community, „MeinFritz.de“, die mit „Sputnik“ vom MDR und „You FM“ vom HR zusammenarbeitet. „Fritz“ schickt eigene Videojournalisten, die Fritz-TV im Internet produzieren. Das ist noch im Aufbau, aber dieses multimediale Projekt wollen wir auf jeden Fall stärken und ausbauen.

Gleichzeitig wäre es falsch, wenn wir diese Videoclips eins zu eins im Fernsehen senden und eine Jugendnische schaffen wollten. Die jungen Zuschauerinnen und Zuschauer würden die Sendung kaum finden: sie erwarten sie gar nicht im rbb Fernsehen. Ihre Eltern und Großeltern dagegen wären überrascht, wenn nicht gar verunsichert: Themen, Ästhetik und Sprache wären für sie fremd, „ihr“ rbb wäre ihnen fremd.

Daher setze ich eher auf Evolution statt Revolution. Jüngere Themen und Protagonisten sollten mit der Zeit auch jüngere Zuschauer vor den Fernseher holen. Zudem dürfen wir nicht vergessen, dass auch 65jährige die Rolling Stones gut finden und nur in den seltensten Fällen strickend auf dem Sofa sitzen.

promedia: Man merkt Ihnen die Freude auf Ihren neuen Job an. Betrachten Sie dabei auch einiges mit Respekt, wenn Sie an den 1. Mai denken?

Nothelle: Natürlich habe ich vor der Aufgabe großen Respekt. Sie stellt einen riesigen Umbau dar, bei dem wir auf einen Schlag alle Radio- und Fernsehredaktionen in neue Strukturen überführen und gleichzeitig gutes, im Idealfall sogar besseres Programm produzieren wollen.

Dazu kommt, dass ich mich im Fernsehen ganz gut auskenne, mich im Radio hingegen – mit Ausnahme von vier Monaten Praktikum während meines Studiums - auf meine Erfahrungen als Hörerin stützen muss. Leben heißt Lernen – das gilt in meiner neuen Position sicher ganz besonders. (HH)