

**Rechercheclima im öffentlich-rechtlichen Rundfunk  
am Exempel der ARD Inforadios: Die journalistische Sicht**

**Inauguraldissertation  
zur Erlangung des Grades eines  
Doktors der Philosophie**

**am Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften  
der Freien Universität Berlin**

VORGELEGT VON  
GUNNAR TÖDT  
BERLIN 2013

Erstgutachter: Prof. Dr. Peter Grottian

Zweitgutachterin: Prof. Dr. Margreth Lünenborg

Tag der Disputation: 11.04.2013

## **Vorwort**

Ein Wissenschaftler – so wurde mir bedeutet – solle Distanz zu seinem Untersuchungsobjekt wahren, sozusagen drei Schritte zurücktreten. Diese Auffassung korrespondiert mit einem vielzitierten Credo im Journalismus, das inhaltlich Gleiches fordert, darüber hinaus empfiehlt, sich nicht gemein zu machen mit einer Sache, auch nicht mit einer guten.

D'accord.

Meines Erachtens dürfen aber sowohl der Wissenschaftler als auch der Journalist eine Haltung haben.

Meine Haltung zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk als Untersuchungsobjekt dieser Dissertation ergibt sich aus meiner Vita: Viele Jahre habe ich für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gearbeitet und bin nach wie vor von seinem gesellschaftspolitischen Auftrag überzeugt. Deutschland braucht einen starken, unabhängigen und recherchefreudigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der nicht nur Realitäten abbildet, sondern auch den Mächtigen auf die Finger schaut und offen ist für alle gesellschaftlichen Gruppen.

Wie, wo und wann dieser öffentlich-rechtliche Auftrag umgesetzt wird, das wird jeden Tag aufs Neue in den Redaktionen unter den Journalisten verhandelt. Es ist ein steter Prozess. Meine Dissertation möchte ich in diesem Sinne verstanden wissen: Als Beitrag für diesen Prozess.



## Inhaltsverzeichnis

TEIL I: Einführung .....	12
1. Einleitung .....	12
1.1. Erkenntnisinteresse .....	14
1.2. Aufbau der Arbeit .....	16
2. Recherche in Absentia – Zum Forschungsstand einer Debatte .....	18
2.1. Praxisberichte und Handbücher .....	18
2.2. Wissenschaftliche Studien.....	19
3. Wie halten Sie's mit Recherche – Haltung als Gretchenfrage .....	24
4. Recherche – (eigentlich) essentiell für ARD Inforadios .....	27
TEIL II: Theoretischer Rahmen.....	30
5. Journalismus – Eine gesellschaftspolitische Dienstleistung .....	30
5.1. Öffentlichkeit – Eine Begriffsbestimmung .....	30
5.2. Aufklärung – Eine Begriffsbestimmung .....	33
5.3. Journalismus und Legitimation .....	36
5.4. Recherche – Basis für Öffentlichkeit und Aufklärung .....	37
6. Recherche – Eine Begriffsbestimmung .....	39
6.1. Systematisierung von Recherche .....	39
6.1.1. Alltagsrecherche .....	41
6.1.2. Recherche-Journalismus.....	41
6.1.3. Investigativer Journalismus .....	42
6.1.4. Verortung von Recherche .....	43
6.2. Neue Kategorie – Recherche-Dimension .....	44
6.3. Arbeitsdefinition von Recherche.....	48
6.4. ARD Inforadio Spezial – Interviewpartner-Recherche.....	50
7. Klima – Eine Begriffsbestimmung.....	52
7.1. Grundlegende Überzeugungen mit kollektiver Wirkung .....	53
7.2. Sinnvermittlung durch Hierarchien .....	54
7.3. Kommunikation auf formellen und informellen Wegen .....	56
8. Exkurs – Redaktionsforschung.....	58
8.1. (Zeitungs-) Redaktion als soziales System .....	58
8.2. (Hörfunk-) Redaktionen und ihre Organisationsprobleme .....	60
9. Relevante (Vor-) Erkenntnisse für diese Studie .....	65
TEIL III: Forschungsfrage, -feld, -methode .....	67
10. Leitende Forschungsfragen.....	67
11. Forschungsfeld – ARD Inforadio .....	69
12. Forschungsmethoden – Beobachtung und Befragung .....	71
12.1. Forschungsmethoden und ihre Güte .....	71
12.2. Historie und Relevanz.....	73
13. Forschungsmethode – Teilnehmende Beobachtung .....	77
13.1. Fallstricke.....	78
13.2. Inforadios – Im Blick.....	80
13.2.1. Beobachtungsleitfaden .....	81
13.2.1.1. Redaktionskonferenz.....	82
13.2.1.2. Entscheidungsebene .....	83

13.2.1.3. Operationsebene .....	84
13.2.2. Beobachtungszeitraum .....	85
13.3. Pretest .....	86
14. Forschungsmethode – Befragung .....	89
14.1. Leitfadeninterview .....	90
14.2. Narratives Interview .....	92
14.3. Fallstricke .....	93
14.3.1. Problemfeld – Interviewer .....	93
14.3.2. Problemfeld – Interviewte .....	94
14.3.3. Problemfeld – Erhebungsinstrument .....	95
14.4. Inforadios – Im Interview .....	96
14.4.1. Struktur Interviewleitfaden .....	97
14.4.2. Typisierung Interviewleitfaden .....	99
TEIL IV: Ergebnisse .....	100
15. NDR Info .....	100
15.1. Redaktionsorganisation .....	100
15.2. Institutionelle Einflussfaktoren .....	105
15.2.1. Hierarchien .....	105
15.2.1.1. Redaktionskonferenzen – Streng hierarchisch .....	105
15.2.1.2. RvD, Aktuell-Planer, Ressorts – Geringes Machtgefälle .....	108
15.2.1.3. Reporterpool – An langer Chef-Leine .....	111
15.2.2. Budget .....	114
15.2.2.1. Reporterpool – Keinerlei Limitierung .....	114
15.2.2.2. Budget für Beiträge – Kein Thema .....	116
15.2.3. Personal .....	118
15.2.3.1. Redakteursschichten – Engpässe inklusive .....	118
15.2.3.2. Reporterpool – Frei, aber stets auf Abruf .....	119
15.2.3.3. Feste freie Reporter – Strukturelle Defizite .....	120
15.2.4.1. Reporterteams – Entscheidung nach Gusto .....	121
15.2.4.2. Trimediale Zusammenarbeit – Auf Zuruf .....	122
15.2.5. Rechercheertrag .....	124
15.2.5.1. Output an Beiträgen – Keine konkreten Vorgaben .....	124
15.2.5.2. Rechercheaufwand – Anything goes .....	125
15.2.6. Autonomie .....	127
15.2.6.1. Landesfunkhäuser – Fürstentümer der ARD .....	127
15.2.6.2. Redakteure – Entscheidungsfrei (fast immer) .....	129
15.2.7. Kommunikation .....	130
15.2.7.1. Redaktionssitzungen – Formelle Informationsplattform .....	130
15.2.7.2. RvD-Insel – Nicht mehr als nötig .....	132
15.2.7.3. Planungsbüro – Kommunikativer Schmelztiegel .....	132
15.2.7.4. Reporterzimmer – Viel Austausch .....	135
15.2.7.5. Reporterbüros und Büroflur – Wenig ‚Klönschnack‘ .....	136
15.2.7.6. Lobfrage – Reporter im Licht, Maschinenraum im Schatten .....	136
15.3. Politische Einflussfaktoren .....	138
15.3.1. Senderselbstverständnis .....	138
15.3.1.1. Sinnvermittlung I – Infosender mit Exklusiv-Recherchen .....	138
15.3.1.2. Sinnvermittlung II – Recherche ist gewollt .....	139
15.3.1.3. Sinnvermittlung III – Geld ist da .....	140
15.3.1.4. Renommee – Achtung! Das ist jetzt NDR Info .....	142
15.3.2. Rollenselbstverständnis .....	142
15.3.2.1. Haltung I – Informationsjournalismus mit Meinungsanteil .....	143
15.3.2.2. Haltung II – Journalismus in der Wächterrolle .....	144
15.3.3. Öffentlich-rechtlicher Auftrag .....	145
15.3.3.1. Haltung I – Qualitätsjournalismus als Privileg .....	145
15.3.3.2. Haltung II – Kritik an Entpolitisierung .....	147

15.4. Professionelle Einflussfaktoren.....	149
15.4.1. Aus- und Fortbildung.....	149
15.4.1.1. Berufseinstieg – Meist klassisch.....	149
15.4.1.2. Themenkompetenz – Informelle Karriere zum Experten.....	149
15.4.1.3. Fachkompetenz Recherche – Learning by doing.....	150
15.4.1.4. Weiterqualifizierung – Auf freiwilliger Basis.....	151
15.4.2. Recherchekompetenz.....	152
15.4.2.1. Rechercheanspruch – Ambitioniert.....	152
15.4.2.2. Recherchefähigkeiten – Zwischen Handwerk und Spürnase.....	153
15.4.2.3. Rechercheprozess – Viel Vertrauen, wenig Kontrolle.....	155
15.4.2.4. Recherchemarketing – Recherche als Markenkern.....	157
15.5. Best-Practice-Beispiele.....	158
15.5.1. Rechercheerfolg – Kontakte sind das A und O.....	158
15.5.2. Trimediale Kooperation – Zu wenig institutionalisiert!.....	160
15.5.3. Reporterunabhängigkeit – Durch institutionelle Ressourcen.....	161
16. RBB Inforadio.....	164
16.1. Redaktionsorganisation.....	164
16.2. Institutionelle Einflussfaktoren.....	169
16.2.1. Hierarchien.....	169
16.2.1.1. Redaktionskonferenzen – Kaum hierarchisch, viel Diskussion.....	169
16.2.1.2. CvD, Planungs-Team, Ressorts – Agieren auf Augenhöhe.....	173
16.2.1.3. Reporterpool – Mit und ohne Dienstplan.....	176
16.2.2. Budget.....	179
16.2.2.1. Reporterpool – Fest verplant, keine Extras.....	179
16.2.2.2. Budget für Beiträge – Streng limitiert.....	181
16.2.3. Personal.....	183
16.2.3.1. Redakteursschichten – Keine große Ersatzbank.....	184
16.2.3.2. Nahaufnahme-Reporter – Komplett verplant.....	185
16.2.3.3. Feste freie Reporter – Hilfe durch Volontäre und Co.....	187
16.2.4. Teamarbeit.....	188
16.2.4.1. Reporterteams – Drei bis viermal pro Jahr.....	188
16.2.4.2. Trimediale Zusammenarbeit – In Planung.....	189
16.2.5. Rechercheertrag.....	190
16.2.5.1. Output an Beiträgen – Klare Erwartung.....	190
16.2.5.2. Rechercheaufwand – Deutlich begrenzt.....	191
16.2.6. Autonomie.....	194
16.2.6.1. Landesstudios – Fürstentümer der ARD.....	194
16.2.6.2. Redakteure – Entscheidung nach Absprache.....	195
16.2.7. Kommunikation.....	196
16.2.7.1. Redaktionssitzungen – Kommunikative Informationsforen.....	196
16.2.7.2. Stehung – Kurz und bündig = Effektiv.....	198
16.2.7.3. Planungsinsel – Kommunikativer Schmelztiegel.....	198
16.2.7.4. Nahaufnahme-reporter – Viel Austausch.....	199
16.2.7.5. Reporterbereich – Alle auf dem Sprung.....	200
16.2.7.6. Lobfrage – Ausgeprägte Feedback-Kultur.....	201
16.3. Politische Einflussfaktoren.....	202
16.3.1. Senderselbstverständnis.....	202
16.3.1.1. Sinnvermittlung I – Nachrichtenradio mit Hauptstadtfocus.....	203
16.3.1.2. Sinnvermittlung II – Wir sind keine Wühlmäuse.....	204
16.3.1.3. Renommee – Infosender mit guten Hörerkontakten.....	206
16.3.2. Rollenselbstverständnis.....	207
16.3.2.1. Haltung I – Information nicht ohne Interpretation.....	207
16.3.2.2. Haltung II – Kontrollfunktion mittelbar durch Information.....	209
16.3.2.3. Haltung III – Information darf auch unterhalten.....	210
16.3.3. Öffentlich-rechtlicher Auftrag.....	210
16.3.3.1. Haltung I – Auftrag verpflichtet zu Qualitätsjournalismus.....	211
16.3.3.2. Haltung II – Unbehagen vor Konvergenz.....	212

16.4. Professionelle Einflussfaktoren.....	213
16.4.1. Aus- und Fortbildung.....	213
16.4.1.1. Berufseinstieg – Meist klassisch.....	213
16.4.1.2. Themenkompetenz – Informelle Steckenpferde.....	214
16.4.1.3. Fachkompetenz Recherche – Learning by doing.....	215
16.4.1.4. Weiterqualifizierung – Eine schöne Idee.....	215
16.4.2. Recherchekompetenz.....	216
16.4.2.1. Rechercheanspruch – Viel Graubrot.....	216
16.4.2.2. Recherchefähigkeiten – Eher Handwerk als Spürnase.....	218
16.4.2.3. Rechercheprozess – Viel Vertrauen, wenig Kontrolle.....	219
16.4.2.4. Recherchemarketing – Nicht von allen gewollt.....	221
16.5. Best-Practice-Beispiele.....	222
16.5.1. Themenkompetenz – Wird von Hörern goutiert.....	222
16.5.2. Profunde Recherche – Intrinsische Motivation reicht nicht.....	224
16.5.3. Aufklärung – Es muss nicht immer die Spürnase sein.....	225
17. MDR Info.....	228
17.1. Redaktionsorganisation.....	228
17.2. Institutionelle Einflussfaktoren.....	230
17.2.1. Hierarchien – Klar erkennbar, aber nicht im Kasernenhofstil.....	230
17.2.2. Budget – Spardruck lässt keinerlei Spielraum.....	231
17.2.3. Personal – Spitz auf Knopf gerechnet.....	232
17.2.4. Teamarbeit – Für Recherchen so gut wie nie.....	233
17.2.5. Rechercheertrag – Pro Tag ein Beitrag und wenig Extras.....	234
17.2.6. Autonomie – Im Rahmen der Möglichkeiten.....	235
17.2.7. Kommunikation – Von Planung über CvD ins Großraumbüro.....	237
17.3. Politische Einflussfaktoren.....	238
17.3.1. Senderselbstverständnis – Möchten mehr als Nachrichten.....	238
17.3.2. Rollenselbstverständnis – Vermittler im Info-Dschungel.....	240
17.3.3. Öffentlich-rechtlicher Auftrag – Säule unserer Demokratie.....	241
17.4. Professionelle Einflussfaktoren.....	242
17.4.1. Aus- und Fortbildung – Keine Fachredakteure.....	242
17.4.2. Recherchekompetenz – Im Rahmen der Möglichkeiten.....	244
17.5. Best-Practice-Beispiel – Relevanz der Vor-Ort-Recherche.....	246
18. HR Info.....	248
18.1. Redaktionsorganisation.....	248
18.2. Institutionelle Einflussfaktoren.....	250
18.2.1. Hierarchien – Umfassen gesamten HR-Informationsbereich.....	250
18.2.2. Budget – Geld für Recherche nach Absprache.....	252
18.2.3. Personal – Verantwortungsvolle dezentrale Organisation.....	254
18.2.4. Teamarbeit – Im Rahmen (formell und informell) möglich.....	255
18.2.5. Rechercheertrag – Outputorientiert, Ausnahmen möglich.....	256
18.2.6. Autonomie – Starke Stellung von HR Info im HR.....	258
18.2.7. Kommunikation – Institutionalisiertes Feedback für Alle.....	260
18.3. Politische Einflussfaktoren.....	262
18.3.1. Senderselbstverständnis – Infosender mit Regional-Recherchen.....	262
18.3.2. Rollenselbstverständnis – Informationsvermittler mit Wächterrolle... ..	264
18.3.3. Öffentlich-rechtlicher Auftrag – Wichtig; Kritik am Sattsein.....	266
18.4. Professionelle Einflussfaktoren.....	268
18.4.1. Aus- und Fortbildung – Kompetenz: Ort-Spots, Institutionen.....	268
18.4.2. Recherchekompetenz – Teilweise intrinsische Motivation.....	270
18.5. Best-Practice-Beispiele.....	272
18.5.1. Recherche Kooperation – Konterkariert durch schlechtes Marketing... ..	272
18.5.2. Kompetenzverknüpfung – Statusunabhängig organisiert.....	274
18.5.3. Rechercheerfolg – Durch direkte Entscheidungshierarchie.....	276



TEIL V: Auswertung.....	278
19. Bewertung der ermittelten Einflussfaktoren .....	278
19.1. Bewertung der institutionellen Einflussfaktoren .....	278
19.1.1. Hierarchien .....	278
19.1.2. Budget .....	281
19.1.3. Personal .....	283
19.1.4. Teamarbeit .....	285
19.1.5. Rechercheertrag .....	286
19.1.6. Autonomie .....	288
19.1.7. Kommunikation .....	290
19.2. Bewertung der politischen Einflussfaktoren.....	292
19.2.1. Senderselbstverständnis.....	292
19.2.2. Rollenselbstverständnis .....	294
19.2.3. Öffentlich-rechtlicher Auftrag .....	297
19.3. Bewertung der professionellen Einflussfaktoren.....	298
19.3.1. Aus- und Fortbildung.....	298
19.3.2. Recherchekompetenz .....	301
20. Herausbildung des atmosphärischen Wirkungsgefüges .....	304
20.1. Grundlegende Überzeugungen mit kollektiver Wirkung.....	304
20.2. Sinnvermittlung durch Hierarchien .....	306
20.3. Kommunikation auf formellen und informellen Wegen.....	310
21. Rechercheklimata der ARD Inforadios .....	313
21.1. Rechercheklima – NDR Info.....	313
21.2. Rechercheklima – RBB Inforadio .....	314
21.3. Rechercheklima – MDR Info .....	315
21.4. Rechercheklima – HR Info.....	316
TEIL VI: Fazit .....	318
22. Schlussbetrachtung .....	318
22.1. Perspektiven für ARD Inforadios im Kontext der Forschungsergebnisse ...	323
22.2. Rechercheklima im öffentlich-rechtlichen Rundfunk: Ein Plädoyer .....	326
23. Kritik der Forschungsmethoden.....	328
23.1. Kritik der Forschungsmethode – Teilnehmende Beobachtung .....	329
23.2. Kritik der Forschungsmethode – Befragung .....	330
24. Weiterer Forschungsbedarf.....	333
25. (Erste) Bausteine einer Theorie für das Phänomen Rechercheklima....	335
TEIL VII: Literatur- und Quellenverzeichnis .....	337
26. Monographien und Aufsätze .....	337
27. Zeitungs- und Zeitschriftenartikel .....	349
28. Gesetze / Verordnungen / Verträge .....	351
29. Internetquellen.....	352
30. Transkripte .....	355
30.1. Leitfadeninterviews .....	355
30.2. Redaktionsbeobachtungen .....	355
TEIL VIII: Zusammenfassungen und Anhang.....	356
31. Zusammenfassung (deutsch; lang) .....	356

32. Zusammenfassung (deutsch; kurz) .....	362
33. Short Summary .....	365
34. Anhang .....	368
34.1. NDR Info (o. Datum): Redaktionsorganisation .....	368
34.2. RBB Inforadio (o. Datum): Redaktionsorganisation.....	371
35. Leitfäden der Interviews .....	374
35.1. Leitungsebene.....	374
35.2. Entscheidungsebene .....	376
35.3. Operationsebene .....	378

## **Abbildungs- und Tabellenverzeichnis**

ABB.1: VERORTUNG VON RECHERCHE (CARIO 2006, 25). .....	43
ABB.2: RECHERCHEDIMENSION; EIGENE DARSTELLUNG.....	47
ABB.3: REDAKTIONSORGANISATION NDR INFO; EIGENE DARSTELLUNG.....	104
ABB.4: REDAKTIONSORGANISATION RBB INFORADIO; EIGENE DARSTELLUNG ...	168

## Abkürzungsverzeichnis

2:30	Zweidreißiger (Beitrag in der Länge von 2 Min. 30 sec.)
3F3A	Drei Fragen, drei Antworten (ARD Standard für Korrespondenten: Sie liefern ihrer Redaktion einen Beitrag in der Länge von 2:30 Minuten, eine Nachrichtenminute und beantworten dem Moderator drei Fragen)
Anmoderation	Text des Moderators, der auf einen journalistischen Beitrag hinführt
B-P-B	Best-Practice-Beispiel
BmE	Band mit Einspielern
BR	Bayrischer Rundfunk
CR	Chefredakteur
CvD	Chef vom Dienst
ex	Exemplarisch
Fester-Freier	Freiberuflich arbeitende Journalisten, die fest in einem Dienstplan stehen
HR	Hessischer Rundfunk
MDR	Mitteldeutscher Rundfunk
Mini-Feature	Kleines Feature bis ca. fünf Minuten
NDR	Norddeutscher Rundfunk
PC	Programmchef
PK	Pressekonferenz
Planer	Redakteur in der Planungsabteilung
RBB	Rundfunk Berlin Brandenburg
RvD	Redakteur vom Dienst
StV	Staatsvertrag
SWR	Südwestrundfunk
Tsp	Tagesspiegel
Wiso	Wirtschaft und Soziales

## TEIL I: Einführung

### 1. Einleitung

„Wir brauchen ein anderes, freieres, zornigeres, couragierteres journalistisches Selbstverständnis“ (KÖD 2010), so heißt es in der Abschlusserklärung des Kongresses ‚Öffentlichkeit und Demokratie‘, der im Herbst 2010 in Berlin stattfand.

Diese Forderung basiert – grundsätzlich – auf einem politischen Verständnis von Journalismus. Journalismus wird als eine gesellschaftspolitische Dienstleistung verstanden. Diese ‚Dienstleistung‘, so das Resümee des Kongresses, werde nur noch unzureichend geliefert, denn der Journalismus verabschiede sich sukzessive von einer seiner essentiellen Funktionen: Der Kritik- und Kontrollfunktion.

Ohne Kritik und Kontrolle gesellschaftspolitischer Umstände kann es keine aufgeklärte Öffentlichkeit geben. Ohne Journalismus bleibt eine demokratische Gesellschaft daher ‚verschuldet unmündig‘. Demokratie braucht Aufklärung. Am Anfang der Aufklärung muss demnach die ‚unabhängige‘ Recherche<sup>1</sup> stehen, denn das Recherchieren ist die originäre Tätigkeit der Journalisten<sup>2</sup>.

Recherche ist demnach - mindestens anteilig - die Basis für die politische Legitimation eines unabhängigen Journalismus und damit (auch) eines öffentlich-rechtlichen Journalismus. Denn nur der öffentlich-rechtliche Journalismus hat – anders als der privatwirtschaftlich organisierte Zeitungsjournalismus – eine verfassungsrechtlich geschützte Stellung. Neben dieser Stellung und nicht zuletzt auf Grund seiner öffentlichen Finanzierung lässt sich auch seine gesellschaftspolitische Pflicht begründen: Die Pflicht, der Öffentlichkeit einen kritisch kontrollierenden Journalismus anzubieten.

---

<sup>1</sup> Grundsätzlich wird in dieser Studie Recherche als ein journalistisches Verfahren verstanden und grenzt sich damit von Recherchen ab, die „sowohl im dienstleistenden Bereich (PR- und Werbeagenturen) als auch in Behörden, in der Politik, in der Industrie und sogenannten Nicht-Regierungs-Organisationen geleistet“ (Brendel, Brendel, Schertz et al. 2004, 9) werden.

<sup>2</sup> Selbstverständlich sind immer beide Geschlechter gemeint, auch wenn hier aus Gründen der Lesefreundlichkeit nur die männliche Form verwendet wird, wohl wissend, dass damit die traditionelle Routine einmal mehr zementiert wird.

Vor diesem Hintergrund ist es nicht verwunderlich, dass der NDR-Intendant Lutz Marmor in der Recherche einen Mehrwert sieht. *„Nur durch Recherche entsteht ein echter Mehrwert für die, die uns lesen, hören oder sehen“* (Marmor 2009, 69).

Der Mehrwert beim NDR entsteht durch den 2005 gegründeten Reporterpool. Diese Rechercheeinheit ist bei der Hörfunkwelle NDR Info angesiedelt. Dort arbeiten Journalisten,

*„die den Themen mit aufwendigen und langwierigen Recherchen auf den Grund gehen. Sie steigen tief in geheime Akten ein und bohren nach, wenn es unbefriedigende Antworten gibt. Die Reporter müssen nicht täglich eine Geschichte auf den Sender bringen. Sie haben Zeit, sich intensiv mit brisanten Themen und Missständen zu beschäftigen“* (NDR-Info 2010)

Ob bewusst oder unbewusst: Mit der Einrichtung des Reporterpools erfüllt der NDR die von der Zunft und der Kommunikationswissenschaft immer wieder geforderte ‚Institutionalisierung journalistischer Recherche‘ (vgl. Leif 1999, Meckel, Draht 2001, 34-38, Haller 2004, Preger 2004, Cario 2006, Machill, Gerstner 2008).

Von den insgesamt fünf Inforadios<sup>3</sup> der ARD (Stand Februar 2011) hat zwar nur NDR Info eine infrastrukturell abgesicherte Rechercheeinheit, allerdings arbeiten bei allen fünf Infosendern Reporter, die recherchieren.

Bevor die Frage beantwortet werden kann, ob der Journalismus in der Lage ist, seine gesellschaftspolitische Dienstleistung zu erfüllen, wenn Recherche in Redaktionen institutionalisiert wird, stellt sich die Frage nach den grundsätzlichen Bedingungen von Recherche. Welche Faktoren in Redaktionen beeinflussen die journalistische Recherche und wie wirken sie im Zusammenspiel?

Da die Anzahl der wissenschaftlichen Arbeiten zum Thema journalistische Recherche insgesamt durchaus überschaubar ist (siehe Kapitel 2), bietet diese Dissertation mit dem Focus auf die Recherchebedingungen bei den öffentlich-

---

<sup>3</sup> B5 vom Bayerischen Rundfunk startete 1991, 1992 folgte MDR Info, 1995 das Berliner Inforadio von SFB und ORB (heute RBB), seit 1998 sendet NDR Info, 2004 folgte HR Info (vgl. Riederer 2008, 69-75) und seit 2012 sendet als sechstes Inforadio SWR Info (zuvor SWR Cont.ra).

rechtlichen Inforadios die Möglichkeit, eine Forschungslücke zu schließen, denn der Hörfunkbereich wurde wissenschaftlich in diesem Zusammenhang noch nicht untersucht.

Die ARD Inforadios wurden aus drei Gründen als Untersuchungsgegenstand ausgewählt. Zum einen decken die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Rahmen ihrer Programm-Verspartung den Informations-Part des Grundversorgungsauftrags im Hörfunkbereich wesentlich durch die Inforadios ab. Insofern sollte hier vermehrt mit journalistischer Recherche zu rechnen sein. Zum anderen lässt das auf Information fokussierte Sendeformat eine Vergleichbarkeit erwarten. Und schließlich ergibt sich die gesellschaftspolitische Bedeutung der Inforadios aus ihrer terrestrischen Verbreitung in elf Bundesländern, womit ein erheblicher Anteil der Bevölkerung erreicht wird (vgl. Klingler, Müller 2009, 518-528).

### **1.1. Erkenntnisinteresse**

Das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit liegt – im Kant'schen Sinne (vgl. Kant, Weischedel 1995) – in der Klärung der Bedingungen der Möglichkeit für journalistische Recherche bei den Inforadios der ARD. Dabei soll explorativ untersucht werden, welche Einflussfaktoren in den jeweiligen Redaktionen auf journalistische Recherche einwirken. Die Annahme ist, dass sich aus dem Zusammenspiel der Einflussfaktoren ein für jedes Inforadio individuelles Rechercheklima ergibt. Das heißt, das Rechercheklima besteht aus Faktoren, die sich in einer Art Wechselwirkung zu einander verhalten.

Dieses Rechercheklima beeinflusst maßgeblich die tatsächliche Rechercheleistung der einzelnen Reporter. Das Rechercheklima ist sozusagen die Matrize, mit deren Hilfe die Recherchefähigkeit einer Redaktion abgebildet werden kann. Der Begriff Rechercheklima ist dabei ganz bewusst gewählt, weil er die Freiheit bietet, über eine reine Kommunikatorstudie hinaus, die wesentlichen Faktoren, die journalistische Recherche beeinflussen, in ihrer Wechselwirkung zu beschreiben (siehe Kapitel 7).

Im Vorfeld wird – auf Grund der journalistischen Erfahrung des Autors - angenommen, dass das Recherchieren der Inforadiojournalisten beeinflusst wird durch a) die Redaktionsorganisation insgesamt, b) ein individuelles Sender-

selbstverständnis, c) das Rollenverständnis bzw. die Haltung der Journalisten sowie d) deren fachliche Kompetenzen.

Um diese Einflussfaktoren einerseits enthüllen, andererseits in ihrer Wechselwirkung erfassen zu können, bieten sich die in der Journalismusforschung bewährten sozialwissenschaftlichen Untersuchungsmethoden der Befragung und Beobachtung an. Mit diesen Methoden lassen sich formelle und informelle Strukturen sowie Handlungen und Haltungen adäquat erfassen.

In Anlehnung an die klassische Redaktionsorganisation im deutschsprachigen Raum (vgl. Meckel 1999, 65ff; Weichler 2003, 131f; Meier 2007, 159ff; Mast 2008, 494ff) gelten in dieser Studie drei Hierarchieebenen: Die Leitungsebene mit Chefredakteuren bzw. Redaktionsleitern, die Entscheidungsebene mit den CvDs, Ressort- und Planungsredakteuren sowie die Operationsebene mit Redakteuren und Reportern.

Sowohl die Beobachtungen als auch die Befragungen werden sich an den drei genannten Hierarchieebenen orientieren.

Durch die Beobachtung der Inforadioredaktionen sollen Erkenntnisse über die journalistische Recherche als Arbeitsprozess gewonnen werden. Dabei gilt es zu klären, welche redaktionsexternen und -internen Faktoren diesen Prozess vorantreiben, welche ihn begrenzen und wie das auf formellen und informellen Hierarchieebenen beurteilt wird.

Durch die ergänzenden Befragungen sollen Erkenntnisse über das Sender-selbstverständnis einerseits und das individuelle Rollenselbstverständnis andererseits gewonnen werden. Insbesondere in der Auseinandersetzung mit dem Rollenselbstverständnis soll deutlich werden, inwieweit die Mitarbeiter der ARD Inforadios sich als ‚aufklärend‘ begreifen. Ein journalistisches Selbstverständnis, das auf Aufklärung zielt – so die Annahme dieser Arbeit – kann grundsätzlich recherchefördernd wirken. Anhand eigener Best-Practice-Beispiele sollen die Befragten ihre journalistische Recherchearbeit erläutern und diesen Prozess im Nachhinein bewerten.



Trotz des bekannten Problems der sozialen Erwünschtheit (vgl. Brosius, Haas, and Koschel 2009, 99f) bei der Untersuchungsmethode ‚Befragung‘ wird erwartet, dass durch den Methodenmix insgesamt dennoch sehr konkret geklärt werden kann, welche Faktoren den Prozess der journalistischen Recherche beeinflussen.

## **1.2. Aufbau der Arbeit**

Die Arbeit ist in acht Teile gegliedert.

Der erste Teil widmet sich der Einführung in das Thema. Darin wird zum einen der Forschungsstand aufgearbeitet (Kapitel 2) und zum anderen werden für die Untersuchung wesentliche Punkte behandelt (Kapitel 3 und 4).

Der zweite Teil beleuchtet den theoretischen Rahmen der Arbeit. Darin werden die für die Untersuchung wesentlichen Begriffe ‚Recherche‘ (Kapitel 6) und ‚Klima‘ (Kapitel 7) geklärt. Außerdem wird das Verständnis vom Journalismus als gesellschaftspolitische Dienstleistung erläutert und zur journalistischen Tätigkeit des Recherchierens in Beziehung gesetzt (Kapitel 5). In einem kurzen Exkurs werden die für diese Untersuchung relevanten Erkenntnisse aus der Redaktionsforschung herausgearbeitet (Kapitel 8). Als Abschluss dieses Teils werden die bis hierhin entstandenen relevanten Erkenntnisse für die Untersuchung zusammengetragen (Kapitel 9).

In Teil drei werden die konkreten Forschungsfragen benannt (Kapitel 10) und das Forschungsfeld wird beschrieben (Kapitel 11). Darüber hinaus werden die Untersuchungsmethoden geklärt. Ausgehend von deren Güte, Relevanz und historischen Kontext (Kapitel 12) werden die einzelnen Forschungsmethoden vorgestellt: Die Methode der ‚Teilnehmenden Beobachtung‘ (Kapitel 13) sowie die Methode der ‚Befragung‘ (Kapitel 14).

In Teil vier werden die Ergebnisse der empirischen Untersuchung dargestellt (Kapitel 15 bis 18). Die Untersuchung besteht aus 18 Leitfadeninterviews mit Vertretern der Leitungs-, Entscheidungs- und Operationsebene der Inforadios von NDR, RBB, MDR und HR sowie zwei Redaktionsbeobachtungen der Sender NDR Info und RBB Inforadio. Entsprechend stehen diese zwei Sender im Focus der Untersuchung. Die Interviews mit den Infosendern vom MDR und vom HR dienen der Datenerweiterung und werden insbesondere bei der Interpretation der Daten herangezogen. Das Datenmaterial und die Erkenntnisse in dieser Studie sind auf das Frühjahr 2011 datiert, da die empirische Untersuchung im Zeitraum November 2010 bis Februar 2011 stattfand.

In Teil fünf werden die Untersuchungsergebnisse ausgewertet. Nach einer Bewertung der ermittelten Einflussfaktoren von Recherche (Kapitel 19) wird deren atmosphärisches Wirkungsgefüge beleuchtet (Kapitel 20), um schließlich die spezifischen Rechercheklimata der ARD Inforadios beschreiben zu können (Kapitel 21).

In Teil sechs wird das Fazit der Untersuchung gezogen. Dabei werden in der Schlussbetrachtung die wesentlichen Erkenntnisse der Studie benannt, mögliche Entwicklungspfade für die ARD-Inforadios skizziert und dieser Part mit einem Plädoyer abgeschlossen (Kapitel 22.). Anschließend werden zum einen die Forschungsmethoden kritisch gewürdigt (Kapitel 23) und zum anderen wird ein Ausblick auf weiteren Forschungsbedarf im Bereich der journalistischen Recherche geworfen (Kapitel 24). Der Abschluss dieser Arbeit bildet der Versuch (erste) Bausteine einer Theorie für das Phänomen Rechercheklima zu lokalisieren und zu beschreiben (Kapitel 25).

In Teil sieben ist das Literatur- und Quellenverzeichnis zu finden (Kapitel 26 bis 29).

In Teil acht werden Zusammenfassungen (deutsch und englisch) geliefert, außerdem ist dort der Anhang zu finden (Kapitel 31 bis 35).

## **2. Recherche in Absentia – Zum Forschungsstand einer Debatte**

Absentia – also die Abwesenheit feststellen – ist eine gute wissenschaftliche Tradition. In der Debatte über journalistische Recherche wird genau das versucht: Den Grad der (möglichen) Abwesenheit von Recherche im deutschen Journalismus auszuloten mit dem Ziel, die Gründe dafür benennen zu können. Besonders häufig wird journalistische Recherche in Berichten aus der Praxis thematisiert, ebenso in sogenannten Hand- und Lehrbüchern. Dazu kommen zahlreiche Aufsätze in Fachzeitschriften wie etwa *Message*, *Media Perspektiven*, *epd-medien*, *Journalist* und *Journalistik-Journal*. Etwas weniger zahlreich sind die wissenschaftlichen Publikationen zu diesem Thema. Um sich den Forschungsstand zu erschließen, wird zunächst ein kurzer Blick auf die Literatur der Praktiker geworfen, um anschließend auf die wissenschaftlichen Studien einzugehen.

### **2.1. Praxisberichte und Handbücher**

Bei den publizierten Rechercheberichten und -protokollen handelt es sich in erster Linie um „*Skandalgeschichten und Enthüllungsberichte*“ (Leif 1999). Verständlich, dass dabei schon aus Quellenschutzgründen nicht alle relevanten Informationen preisgegeben werden. Die Lektüre offenbart aber, welche Einflussfaktoren auf journalistische Recherchearbeit wirken, welche Methoden erfolgreich anwendbar sind, und es wird ein gewisses Maß an Selbstreflexion deutlich. Sehr lesenswert sind die Rechercheberichts-Sammlungen von Thomas Leif (vgl. Leif 1999, Leif 2003), das Buch ‚Recherche-Werkstatt‘ von Michael Haller (vgl. Haller 2001) sowie sämtliche Ausgaben der Fachzeitschrift *Message*, die mit ihrer festen Rubrik ‚Recherche‘ kontinuierlich Raum für Rechercheberichte bietet.

Neben diesen Berichten aus der Praxis liefert eine überschaubare Anzahl von Hand- und Lehrbüchern nützliche Hinweise für das Forschungsvorhaben (vgl. Schöfthaler 1997; Netzwerk Recherche 2003a; Netzwerk Recherche 2003b; Brendel, Brendel, Schertz et al. 2004; Haller 2004; Schöfthaler 2006; Ludwig 2007). In allen wird journalistische Recherche als Handwerk verstanden, und die entsprechenden Techniken zur Informationsgewinnung und -überprüfung werden erklärt. Zudem wird der rechtliche Rahmen abgesteckt und teilweise die Nähe und Abhängigkeit der Journalisten zur PR thematisiert (vgl. Brendel,

Brendel, Schertz et al. 2004; Haller 2004). Insbesondere Ludwig gibt einen Einblick in den ‚investigativen Recherchejournalismus‘ (vgl. Ludwig 2007), basierend auf eigenen Erfahrungen. Außerdem wird in der zweiten Auflage seines Buches das für Deutschland<sup>4</sup> neue Informationsfreiheitsgesetz, kurz IFG, thematisiert (vgl. Ludwig 2007, 222-228), das seit 2006 auf Bundesebene gilt (vgl. Bundesgesetzblatt Jahrgang 2005 Teil I Nr. 57, ausgegeben zu Bonn am 13. September 2005). Inwieweit sich dieses IFG in Deutschland für journalistische Recherche als segensreich erweist, ist derzeit noch unklar. Es zeichnet sich jedoch ab, dass sich der Transparenzgedanke, allein bedingt durch die umfangreichen Ausnahmeregelungen, nur langsam durchsetzt.<sup>5</sup>

Für die journalistische Recherche ist besonders das Standardwerk ‚Recherchieren‘ von Michael Haller hervorzuheben, das erstmals 1983 erschien und mittlerweile in der sechsten Auflage auf dem Markt ist. Darin wird über die subjektiven handwerklichen Techniken hinaus journalistische Recherche systematisch als Methode definiert. Dieser systematische Ansatz wird in nachfolgenden Studien zum Thema seither gerne als Grundlage verwendet, so auch in dieser Arbeit (siehe Kapitel 6).

Last but not least lohnt ein Blick in das ‚Trainingshandbuch Recherche‘ (vgl. Netzwerk Recherche 2003b), dessen Aufsätze sich mit der Vermittlung von Recherchetechniken im Kontext von Lehrmöglichkeiten beschäftigen.

## **2.2. Wissenschaftliche Studien**

In Deutschland begann eine selbstkritische Debatte von Wissenschaftlern und Medienpraktikern über einen *„notwendigen Wandel im Journalismus“* (vgl. Langenbacher 1980, 9-17) gegen Ende der siebziger Jahre des letzten Jahrhunderts, also in der Nach-Watergate-Ära (vgl. Weischenberg, Kriener 1995, 118). Ausgangslage war die Wahlberichterstattung im Fernsehen über die

---

<sup>4</sup> Zum Vergleich: In den USA existieren schon seit 1966 auf Bundesebene der sogenannte ‚Freedom of Information Act‘, sowie auf Bundesstaatenebene sogenannte ‚Sunshine Laws‘ und ‚Open Meeting Laws‘. Damit bekommen die US-Bürger das Recht *„so gut wie alles einsehen zu dürfen, was sich in den Behörden an Informationen und Akten angesammelt hat* (Ludwig 2007, 222f.).

<sup>5</sup> Erste Anwendungserfahrungen mit dem IFG zeigen, dass die gefürchtete Antragsflut ausgeblieben ist, da zu den Hauptnutzern mehrheitlich Privatpersonen zählen (vgl. Bundesinnenministerium 2007) und dass deutsche Journalisten mit dem IFG wenig erfolgreich waren, wie einige Selbstversuche zeigen (vgl. Redelfs 10.03.2010, Tillack 2007, 46-47, Tillack, Blogbeitrag 2007)

Bundestagswahl 1976, die „als ein Beispiel einer Deprofessionalisierung, der totalen Selbstdankung eines eigenständigen Informationsjournalismus“ (Langenbacher 1980, 9) empfunden wurde. Mit dem Schlagwort ‚Investigativer Journalismus‘<sup>6</sup> sollte eine Diskussion etabliert werden wider die Hofberichterstattung und den Verlautbarungsjournalismus (vgl. Paetzold 1980, 21-33).

*„Die Recherche ist nicht nur die grundlegende Methode im Journalismus, sondern auch die konsequente (...) Offenlegung der Widersprüche zwischen den tatsächlichen Zuständen in einer Gesellschaft und ihrer politischen Behandlung“ (Paetzold 1980, 22).*

Es sollte zunächst so etwas wie eine „Philosophie journalistischer Arbeit“ (Paetzold 1980, 21) entstehen. Entsprechend war Langenbachers Lesebuch „kein Lehrbuch mit handwerklichen Unterweisungen, kein Kurs zur Technik des investigativen Journalismus“ (Langenbacher 1980, 10). Es ging vielmehr um eine theoretische Auseinandersetzung mit „den Defiziten des gängigen Journalismus“ (Langenbacher 1980, 10) vor dem Hintergrund einer zunehmenden Professionalisierung des politischen Systems bei der Herstellung von Öffentlichkeit (vgl. Langenbacher 1980, 12).

*„Wie effizient Öffentlichkeitsarbeit in das Informationsgeschehen einzugreifen vermag“ (Baerns 1985, 100), belegte Anfang der 1980er Jahre Barbara Baerns mit ihrer empirischen Studie: Zwei Drittel der von ihr untersuchten publizierten Beiträge waren Reproduktionen von Pressemitteilungen und Pressekonferenzen (vgl. Baerns 1985, 91), und teilweise in über 80 Prozent dieser Beiträge wurde nur eine Quelle genutzt (vgl. Baerns 1985, 85). Insofern konstatierte Baerns: „Öffentlichkeitsarbeit sei fähig, journalistische Recherchekraft zu lähmen und publizistischen Leistungswillen zuzuschütten“ (Baerns 1985, 99).<sup>7</sup>*

---

<sup>6</sup> Der Chefreporter des Bayerischen Rundfunks, Dagobert Lindlau, soll den Begriff ‚Investigativer Journalismus‘ in die Diskussion eingebracht haben, inspiriert durch seinen Fernsehbeitrag über den amerikanischen Journalisten Jack Anderson, gesendet in der ARD am 14.04.1976 um 20 Uhr 15 (vgl. Langenbacher 1980, 9 und 16).

<sup>7</sup> Das scheint heute aktueller denn je zu sein: Im Jahr 2009 zitiert die ZEIT anlässlich eines Treffens zwischen Journalisten und Pressesprechern Andreas Thyssen, Politikchef von Gruner & Jahrs vier Wirtschaftsmedien Capital, Impulse, Börse Online und Financial Times Deutschland:

*„Ihre Ansprechpartner (Journalisten; Verf.) sind zugedeckt mit Arbeit. Wenn Sie einen Tipp wollen: Verkaufen Sie uns eine Geschichte. (...) Offerieren Sie einen Artikel. Wenn Sie eine Person unterbringen wollen, liefern Sie die Message gleich mit, den Nutzwert für uns“ (Blasberg, Hamann 2009, 26).*

Dieser Aspekt scheint wie Kaugummi am Journalismus zu kleben. Denn auch die Untersuchungen der Studien ‚Journalismus in Deutschland‘ (vgl. Weischenberg, Kriener 1995; vgl. Scholl 1998; vgl. Weischenberg, Malik, Scholl 2006) haben mehrfach festgestellt, dass die meisten Journalisten PR-Miteilungen für ihre Arbeit als notwendig erachten und als Informationsquelle schätzen (vgl. Scholl 1998, 138; Weischenberg, Malik, Scholl 2006, 138f.). Damit entwickelt sich der Journalismus von der „*Recherche zum Newsmanagement*“ (Weischenberg, Malik, Scholl 2006, 79). Darauf deutet der rückläufige Zeitaufwand für Recherche hin (von 140 Minuten 1993 auf 117 Minuten 2005<sup>8</sup>). Bei der Erhebung wird ‚Recherche‘ allerdings nicht weiter differenziert, wohingegen andere journalistische Tätigkeiten wie etwa Texten, Redigieren, Auswählen und Produzieren genauer gefasst wurden (vgl. Weischenberg, Malik, Scholl 2006, 80).

Eine genauere Verortung von journalistischer Recherche gelingt Michael Haller 1983. Durch seine Systematisierung von Recherchemethoden wird erstmals der bis dato vorherrschende Nebel des Pragmatismus einzelner Medienschaffender und Wissenschaftler gelüftet und der Blick auf eine Definition des Begriffs freigelegt (vgl. Haller 1983; Haller 2004).

Im gleichen Jahr hat sich auch Siegfried Weischenberg des einstigen Debatte-Schlagwortes ‚Investigativer Journalismus‘ angenommen und es als ein Berichterstattungsmuster (vgl. Weischenberg 1983, 349-369) in Ergänzung zur ‚Objektiven Berichterstattung‘ (vgl. Weischenberg, Kriener 1995, 117) gefasst. Allerdings beschreibt erst Manfred Redelfs in seiner Dissertation über das ‚investigative reporting‘ in den USA, welche Faktoren Recherchebedingungen beeinflussen (vgl. Redelfs 1996). Er benennt – in Anlehnung und Erweiterung des Weischenbergschen Modells der ‚Kontexte im Journalismus‘ (vgl. Weischenberg, Kriener 1992, 66f.) – vier Ebenen: die politisch-gesellschaftliche, die ökonomische, die rechtlich-normative und die journalistisch-professionelle Ebene. Er kommt u.a. zu dem Schluss, „*dass die Funktion der Machtkontrolle im Selbstverständnis der US-Journalisten einen zentralen Platz einnimmt*“ (Redelfs 1996, 215), wohingegen er bei der Frage, ob sich das Modell des ‚investigative reporting‘ auf die Bundesrepublik übertragen lie-

---

<sup>8</sup> In der Erhebung 2005 wird die Onlinerecherche extra ausgewiesen und schlägt mit 66 Minuten täglich zu Buche (vgl. Weischenberg, Malik, Scholl 2006, 81).

ße, konstatiert, dass sich im deutschen Journalismus kein „*dezidiertes Selbstverständnis als ‚Rechercheur‘*“ (Redelfs 1996, 320) entwickeln konnte.<sup>9</sup> Zu diesem Schluss kommt auch Ingmar Cario mit seiner Untersuchung über den Investigativen Journalismus in Deutschland:

*„Betrachtet man die journalistisch-professionelle Ebene, so wird deutlich, dass investigativer Journalismus auch in den Köpfen und im Alltag deutscher Journalisten keine Rolle spielt. So ist die ihm zugrunde liegende Kontrollfunktion im Rollenverständnis deutscher Journalisten nur schwach ausgeprägt, und ihr Rechercheaufwand hält sich in engen Grenzen. Verantwortlich dafür ist unter anderem die fehlende Arbeitsteilung in deutschen Redaktionen, die dazu führte, dass sich das Berufsbild des Reporters beziehungsweise Rechercheurs nicht herausbilden konnte“* (Cario 2006, 198).

Zeitlich vor Cario offenbarte schon Sven Preger, dass sich journalistische Recherche nicht als ein Bestandteil der politischen Kultur Deutschlands etablieren konnte:

*„Recherche ist im deutschen Journalismus nicht verankert. Weder auf organisatorischer Ebene der Verlage, Redaktionen und Sender, noch in den Köpfen der Journalisten und Ausbilder“* (Preger 2004, 126).

Preger konstatiert, dass sich die Haltung der Journalisten ändern muss, soll die Kritik- und Kontrollfunktion durch die Medien verantwortungsvoll erfüllt werden. *„Recherche muss zunächst einmal gewollt sein“* (Preger 2004, 0). Damit wird deutlich, welchen zentralen Stellenwert das Rollenselbstverständnis der Journalisten bei der Debatte um journalistische Recherche einnimmt.

Welchen Stellenwert dem ‚neue Medium‘ Internet beim journalistischen Rechercheprozess beizumessen ist, wurde von Marcel Machill u.a. in einer Mehrmethodenstudie 2008 untersucht (vgl. Machill, Gerstner 2008). Danach binden Journalisten das Internet sehr differenziert so in ihre Recherchearbeit ein, dass computergestützte Recherche ergänzend genutzt wird, dabei jedoch die klassischen Recherchemittel nicht verdrängt. Zudem belegt die Studie, dass die Überprüfungsrecherche kaum noch stattfindet, was allerdings weniger am Willen der Journalisten scheitert, als vielmehr an den allseits bekannten wirtschaftlichen Zwängen, die *„Recherchezeit zur Überprüfung zum fast unerreichbaren Luxus“* (Machill, Gerstner 2008, 342) werden lassen<sup>10</sup>. Dar-

---

<sup>9</sup> 2003 veröffentlichte Redelfs - basierend auf seiner Doktorarbeit - einen Aufsatz, in dem er die Bedingungen für investigativen Journalismus in den USA mit Deutschland vergleicht (vgl. Redelfs 2003, 208-240).

<sup>10</sup> In einer Untersuchung ermittelte die Düsseldorfer DIKOM-Agentur 2002, wie sich Finanzeinsparungen auf die redaktionelle Arbeit auswirken. Gut die Hälfte der Re-

über hinaus verstärkt das Internet den Hang zur Selbstreferentialität im Journalismus und führt daher nicht zu selbst recherchierten Primärquellen (vgl. Machill, Gerstner 2008, 14f.). Im Ergebnis weist die Studie „auf schwere strukturelle Mängel in deutschen Redaktionen hin“ (Machill, Gerstner 2008, 342), trotz der Möglichkeiten, die das Internet als Instrument für journalistische Recherche zweifelsohne bietet<sup>11</sup>.

Horst Pöttker stellt dazu die These auf, dass

*„im Vergleich mit der Entwicklung der professionellen Darstellungsformen und berufsethischen Verhaltensregeln oder im Verhältnis zur wachsenden Unabhängigkeit von Politik, Militär und anderen Handlungssystemen (...) die Recherche als Technik der Emanzipation von eigenen Vorurteilen (und denen des Publikums) in der Entwicklung des Journalismus bisher vernachlässigt worden“ (Pöttker, Schulzki-Haddouti 2007, 17) ist.*

Er benennt dafür als Ursache, neben den bereits bekannten ökonomischen und gesellschaftlichen Gründen, einen psychischen Aspekt.

*„Aufgrund der lebensdienlichen Neigung, kognitive und emotionale Dissonanzen zu vermeiden, gibt es in der menschlichen Psyche eine tendenzielle Abwehr gegen die Aufnahme von Neuem und Fremdem. (...) Mit anderen Worten: Menschen recherchieren nicht gern“ (Pöttker, Schulzki-Haddouti 2007, 19).*

Das heißt also, um den Prozess der journalistischen Recherche beginnen zu können, muss der Journalist zunächst einmal seine psychische Hemmschwelle überwinden, also auch seine Vorurteile und Meinungen zurückstellen, um dann in der Lage zu sein, überhaupt wissen zu wollen, was tatsächlich der Fall ist (vgl. Pöttker, Schulzki-Haddouti 2007, 19). Als Voraussetzung dafür bedarf es – nach Pöttker – auch für den Journalismus selbst ‚öffentlicher Kritik‘. Denn ohne Hilfe von außen, auch von der begleitenden und unterstützenden Wissenschaft, wird es kaum gelingen, *„die Recherche von ihren Fesseln zu befreien“ (Pöttker, Schulzki-Haddouti 2007, 23).*

---

dakteure gaben zu, aufwendige Themen gar nicht mehr oder eher selten anzugehen und 44 Prozent der Befragten gaben an, keine Zeit mehr für eigene Recherchen zu haben (vgl. DIKOM 2002).

<sup>11</sup> Schon knapp 30 Jahre zuvor bewertete Barbara Baerns, dass *„auch eine Verbesserung der medialen Infrastruktur mit Hilfe neuer Technologien (...) kaum geeignet (erscheint), die historische Idee vom eigenständigen Journalismus als einer neutralen Instanz zu bestärken“ (Baerns 1985, 99).*



### 3. Wie halten Sie's mit Recherche – Haltung als Gretchenfrage

Unisono wird sowohl in der Kommunikationswissenschaft als auch im Journalismus selbst in den letzten Jahren ein ‚Mangel an Recherche in deutschen Redaktionen‘ beklagt (vgl. Redelfs 1996; Leif 1999; Leyendecker 2000, 16-21; Meckel, Draht 2001, 34-38; Leif 2003; Redelfs 2003; Netzwerk Recherche 2003a; Netzwerk Recherche 2003b; Brendel, Brendel, Schertz 2004; Haller 2004; Preger 2004; Cario 2006; Weischenberg, Malik, Scholl 2006; Ludwig 2007; Machill, Gerstner 2008; Blasberg, Hamann 2009, 23-26).

Die Gründe für diesen Mangel sind vielfältig: Zum einen ist eine zunehmende Arbeitsverdichtung festzustellen, hervorgerufen durch die zunehmende Technisierung des Journalismus sowie durch eine sinkende Zahl festangestellter Journalisten (vgl. Weischenberg 1994, 30f; Neuberger 2003, 131-138; Altmepfen, Karmasin 2006, 153ff; Weischenberg, Malik, Scholl 2006, 36f), zum anderen bot die politische Kultur Deutschlands mit mehreren Systemwechseln binnen weniger Jahrzehnte keinen besonderen Nährboden für eine Recherchekultur (vgl. Meckel, Draht 2001, 34-38; Preger 2004, 38ff). Das hatte auch Auswirkungen auf das Selbstverständnis deutscher Journalisten, das eher auf die Rolle *„des informierenden Vermittlers zwischen Ereignis und Wirklichkeit“* (Machill, Gerstner 2008, 21) abzielt. *„Meinungsjournalismus, Chronistenpflicht und die brillant geschriebene Geschichte sind wichtiger als Kontrolle und Kritik“* (Preger 2004, 0).

Das verdeutlichen besonders die zwei repräsentativen Journalistenbefragungen von Weischenberg u.a. in den Jahren 1993 und 2005: Während das Streben nach Kritik und Kontrolle im Laufe der Jahre abgenommen hat, konnte sich das Selbstbild des reinen Informationsjournalisten und News-Managers verfestigen: Der Anteil der Journalisten, die *„das Publikum möglichst neutral und präzise informieren“* wollen, ist von 74% (1993) auf 84% (2005) gestiegen. Kleiner geworden ist die Gruppe derjenigen, die *„Kritik an Missständen üben“* als Teil ihrer Rolle ansehen (von 63% 1993 auf 58% 2005). Ähnlich steht es um das Ziel, *„die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren“* zu wollen - stark gesunken von 53% 1993 auf 27% 2005 - sowie um den journalistischen Anspruch, *„die politische Tagesordnung (zu) beeinflussen und Themen auf die politische Agenden (zu) setzen“* - ge-

sunken von 51% 1993 auf 39% 2005 (vgl. Weischenberg, Malik, Scholl 2006, 106f).

Ein kurzer vergleichender Blick über den deutschen Tellerrand zeigt, dass zum Beispiel die Kritik- und Kontrollfunktion im Selbstverständnis anglo-amerikanischer Journalisten fest verankert ist (vgl. Haller 2004, 45). Seymour Hersh, ‚Investigative Reporter‘ in den USA, formuliert es so: *„Die Mächtigen sollen wissen, dass sie kontrolliert werden“* (Marek 2009, 9).

Dieses Selbstverständnis korrespondiert mit der Grunderwartung der US-Bürger: Medien sollen *„aufdecken und aufklären“* (Meckel, Draht 2001, 35). Das amerikanische Modell als Lösungsansatz für Defizite im deutschen Journalismus zu betrachten scheint allerdings wenig sinnvoll. Die Unterschiede der Politik- wie auch der Journalismuskulturen sind zu groß (vgl. Meckel, Draht 2001, 34-38).

Die Bilanz der deutschen Kommunikationswissenschaft ist insgesamt also ernüchternd, die verliehenen Etiketten sind schmächtig: *„Abhängige Selbstdarsteller“* (Prott 2008, 193-208), *„Die bissigen Schoßhunde“* (Blum 2008, 235-246). Das Selbstbild der deutschen Journalisten hat sich, so könnte man sagen, vom Kontrolleur zum Kooperationspartner gewandelt.

Allerdings scheint in Deutschland langsam ein Unwohlsein mit dieser ‚Haltung‘ zu entstehen. Auf Mediensymposien ist es zunehmend en vogue, den ‚Willen zur Recherche‘ (vgl. Preger 2004, 0) neu zu beleben und profunde Rechercharbeit wieder als journalistische Tugend wahrzunehmen, in ihr gar den Mehrwert zu sehen, der den klassischen Qualitätsmedien eine Zukunft sichert, worauf beispielsweise Georg Mascolo (Chefredakteur DER SPIEGEL) und Bernd Buchholz (Vorstandsvorsitzender Gruner & Jahr) bei der Netzwerk-Recherche-Tagung 2009 in ihren Wortbeiträgen hingewiesen haben, auch wenn dieser Hinweis auf die Recherche eher vor dem Hintergrund der Suche nach (neuen) Geschäftsmodellen zur Sprache kam. Dennoch: Wenn solch tonangebende Medienmacher über eine Rückkehr zu journalistischen Grundtugenden öffentlich reden, zeigt das, dass der deutsche Journalismus entweder in einer schweren Sinnkrise steckt, oder aber – positiver gedacht – dass er auf der Suche ist nach einer neuen Orientierung, die vielleicht sogar in ei-

ne neue Haltung münden könnte. Eine Haltung, die inzwischen eingefordert wird, denn, wie Volker Lilienthal es ausdrückt: „*Die deutschen Journalisten sind inzwischen bei einem Status der Entideologisierung, aber auch der Entpolitisierung angelangt*“ (Lilienthal 2010, 31).

Nun motiviert die reale Situation des Medienmarktes derzeit kaum dazu, sich der Entpolitisierung im Journalismus entgegenzustellen und ‚Haltung‘ zu zeigen, vor allem nicht vor dem Hintergrund der seit 2000 anhaltenden Medienkrise und verstärkt noch durch die Wirtschaftskrise seit Mitte 2008. Diese Krisen haben Auswirkungen auf die finanzielle Ausstattung des Journalismus. Die Ressource Geld wird immer knapper: Redaktionen bauen ab, Verlage entlassen (vgl. Schütz 2009, 454-483). Den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten fehlen Millionenbeträge (vgl. KEF 2008, 2009, 2011; Schmitz 2009, 63-65).

Vor diesem Hintergrund ist die Frage nach der ‚Haltung‘ der Journalisten eine gesellschaftspolitische Frage und von daher von zentraler Bedeutung. Die Haltung, insbesondere der festangestellten Mitarbeiter der ARD Inforadios, ist hier besonders interessant, denn die Mitarbeiter der ARD unterliegen zum einen keinerlei Tendenzschutz (vgl. BVerfGE 59 13.01.1982), können also vom Arbeitgeber für ihre Haltung gewissermaßen nicht abgestraft werden, zum anderen sind sie durch ihren Status auch ökonomisch wenig gefährdet: Eine Festanstellung beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk „*ist dem Beamtenstatus ähnlich*“ (Renner 2009). Das heißt: Mindestens festangestellte Radiojournalisten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk müssten sich eine gesellschaftspolitische Haltung im Sinne eines kritisch kontrollierenden Journalismus leisten können, da sie weder inhaltlichem noch ökonomischem Druck besonderer Art ausgesetzt werden können.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Der Begriff ‚Haltung‘ ist nicht im Sinne des Konzeptes der Publizistischen Persönlichkeit von Emil Dovifat zu verstehen (vgl. Dovifat, Dadelsen 1990). Dessen Konzept fußt im Grunde einzig auf der Begabung und Gesinnung der Journalisten und wertete diese gar als geistige Führer. Er stellt damit einen einseitigen top-down-kommunikativen Wirkungszusammenhang zwischen Journalismus und Gesellschaft her. Entsprechende Wechselwirkungen werden damit außer Acht gelassen (vgl. Raabe 2005, 22-47; Löffelholz 2004, 17-63). Beim Phänomen Rechercheklima sind diese Wechselwirkungen hingegen existenziell.

#### **4. Recherche – (eigentlich) essentiell für ARD Inforadios**

*„Qualitätsjournalismus entsteht durch sehr gute Sprache und ebenfalls sehr gute Recherche. Wenn beides geleistet wird, dann entsteht ein Mehr, ein Surplus, ein besserer Journalismus, der Wirklichkeit eben auch interpretiert und uns allen beim Wirklichkeitsverständnis hilft“ (Lübbbers 27.01.2010).*

Zu diesem Qualitätsjournalismus (vgl. Arnold 2009) oder Surplus, wie es Volker Lilienthal in einem ‚Media-Interview‘ formuliert, sind die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland institutionell und organisatorisch geradezu gezwungen. Der Grund liegt in ihrem aus Artikel 5 Grundgesetz abgeleiteten verfassungsrechtlich sowohl geforderten als auch garantierten Grundversorgungsauftrag. Daran änderte auch die Einführung des dualen Rundfunksystems Mitte der 1980er Jahre nichts. Denn

*„in der dualen Ordnung des Rundfunks (...) ist die unerläßliche "Grundversorgung" Sache der öffentlich-rechtlichen Anstalten, deren terrestrische Programme nahezu die gesamte Bevölkerung erreichen und die zu einem inhaltlich umfassenden Programmangebot in der Lage sind. Die damit gestellte Aufgabe umfaßt die essentiellen Funktionen des Rundfunks für die demokratische Ordnung ebenso wie für das kulturelle Leben in der Bundesrepublik. Darin finden der öffentlich-rechtliche Rundfunk und seine besondere Eigenart ihre Rechtfertigung. Die Aufgaben, welche ihm insoweit gestellt sind, machen es notwendig, die technischen, organisatorischen, personellen und finanziellen Vorbedingungen ihrer Erfüllung sicherzustellen“ (BVerfGE 73 - 118).*

Entsprechend verpflichten die Rundfunkstaatsverträge der Länder die einzelnen Sendeanstalten (exemplarisch § 5 Abs. 1 NDR-StV),

*„den Rundfunkteilnehmern einen objektiven und umfassenden Überblick über das internationale, europäische, nationale und länderbezogene Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben“ (NDR-Staatsvertrag 2005).*

Dafür müssen die Sender Strukturen vorhalten, die die Erstellung journalistischer Inhalte (und damit auch journalistischer Recherche) ermöglichen, damit die Programme *„informieren, bilden, beraten, unterhalten und insbesondere Beiträge zur Kultur anbieten“* (vgl. NDR 04.2009, 25) können.

Waren noch Ende der 1970er Jahre in den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten drei Hörfunkprogramme Standard, begann schon Anfang der 1980er Jahre eine erste Diversifizierung (Verspartung) des Programms, mit Einführung des dualen Systems wurden die Spartenprogramme kontinuierlich erweitert (vgl. Marchal 2004, 653ff; Hickethier 2005, 311-322).

Der Grundversorgungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Bezug auf den Bereich Information wird im Hörfunk seit 1991 unter anderem durch die sogenannten Inforadios umgesetzt (vgl. Hickethier 2005, 316f; Riederer 2008, 69-75). Laut der ARD/ZDF Langzeitstudie ‚Massenkommunikation‘ ist das Interesse an Informationen das zweitwichtigste Motiv für die Hörer, ein Radioprogramm einzuschalten (vgl. Reitze, Ridder 2011, 93; Ridder, Engel 2005, 422-448). So erreichen die eben genannten ARD-Infowellen bundesweit rund 1,7 Millionen Hörer (vgl. Klingler, Müller 2008, 502-515, Mo - Fr). Vor dem Hintergrund der zumeist kostenlosen Newsportale aus dem Internet ist es keine leichte Aufgabe, diese Hörerzahlen zu konsolidieren bzw. auszubauen. Der NDR-Hörfunkdirektor und ehemalige Chefredakteur von NDR Info, Joachim Knuth, hat denn auch die zukünftige Route der ARD-Infosender ausgegeben: *„Die Zukunft des Radios liegt im Journalismus“* (Scheibe 2008, 1). Es geht also um journalistisch vermittelte Inhalte: on air, online und off air, je nach Bedarf des ‚Users‘. Dabei wird es im Wesentlichen darauf ankommen, dem Wunsch des Users/Hörers nach mehr Deutung und Einordnung gerecht zu werden. Denn: *„Wir sind overnewsed und underinformed“* (Meckel, Schmid 2008, 116). Darauf reagieren die Infosender der ARD mit zwei Strategien:

*„Einerseits mit mehr Kleinteiligkeit und Tempo, eine Reaktion auf die veränderten Hörgewohnheiten der klickenden Infogesellschaft, andererseits mit mehr Hintergrund und journalistischem Anspruch“* (Riederer 2008, 69-75).

An diesem ‚journalistischen Anspruch‘ müssen sich die Infosender messen lassen, nicht zuletzt wegen ihres öffentlichen Auftrages (Grundversorgung) und der damit verbundenen Legitimation.

Die Strategie zu ‚mehr Kleinteiligkeit‘ darf wohl so verstanden werden, dass der ohnehin schon deutliche Bedarf an journalistischen Inhalten dieser ‚Wortprogramme‘ noch ansteigt. Und obwohl es die digitale Sendetechnik den ARD Inforadios ermöglicht,

*„im Gegensatz zur bisherigen analogen Tonbandtechnik, alle damit zusammenhängenden Arbeitsschritte zu automatisieren, insbesondere die bereits gesendeten Beiträge unaufwendig und zügig zu aktualisieren und neu zu platzieren“* (Marchal 2004, 678),

ist der tägliche Bedarf an Beiträgen – trotz Wiederholungen – enorm. Je nach Sendeschema (viertelstündlich oder im 20-Minuten-Takt) müssen drei bis

vier ‚Schleifen‘<sup>13</sup> pro Stunde mit journalistischen Inhalten gefüllt werden, Inhalte, die zahlreiche hauptberufliche<sup>14</sup> Radiojournalisten erstellen. Zwar sind diese Infosender *„als klassisches Zweitnutzungsradio“* (Schwiesau 1997, 79) konzipiert, zielen also auf eine mehrmalige, dafür eher kürzere Verweildauer, das ändert aber wenig an ihrem quantitativen Bedarf an Wortbeiträgen.

Insofern müssten die Inforadios der ARD so strukturiert sein, dass sie nicht nur quantitativ *„eine kontinuierliche Folge von Nachrichten und Hintergrundinformationen, dazu Reportagen, Interviews und Beiträge aus Fachredaktionen“* (Jenke 1991, 131) anbieten können, sondern auch qualitativ ihren journalistischen Ansprüchen genügen.

---

<sup>13</sup> Mit „Schleife“ ist die Sendezeit zwischen zwei Nachrichtenblöcken gemeint.

<sup>14</sup> ‚Hauptberuflich‘ bedeutet, dass der Lebensunterhalt überwiegend bis ausschließlich durch journalistische Tätigkeiten verdient wird, egal, ob als festangestellter Redakteur, als sogenannter Fester-Freier mit einer Art Vertragsbindung oder als freier Journalist.

## **TEIL II: Theoretischer Rahmen**

### **5. Journalismus – Eine gesellschaftspolitische Dienstleistung**

Der theoretische Ausgangspunkt dieser Arbeit basiert auf dem Verständnis von Journalismus als einer gesellschaftspolitischen Dienstleistung. Dabei wird Journalismus als Beruf aufgefasst, der im Kontext einer Redaktion den Auftrag hat, die Öffentlichkeit aufzuklären. Journalismus hat damit eine Legitimationsfunktion im politischen System.

#### **5.1. Öffentlichkeit – Eine Begriffsbestimmung**

Für den deutschen Begriff ‚Öffentlichkeit‘ gibt es – je nach Bedeutung - im Lateinischen drei Wörter: *medium, forum, publicum*. Auch in der englischen Sprache gibt es mehrere Übersetzungsmöglichkeiten: u.a. *public, publicity, publicness*. Öffentlichkeit ist ein komplexer Begriff, mit dem unterschiedliche Bedeutungsvorstellungen verbunden werden können (vgl. Peters 1994; Gerhards 2002; Neuberger 2007; Habermas 2008). Aktuelle Diskussionen um Öffentlichkeit ranken sich stark an ‚Entgrenzungsprozessen‘ (vgl. ex. Pfetsch 2006) und vor allem an den sich durch das Internet veränderten Bedingungen der Öffentlichkeitsproduktion (vgl. Habermas 2008; Neuberger 2009) entlang.

So bezieht sich etwa Neuberger – wenn auch abgrenzend - auf Habermas, wenn er das Verhältnis von Internet, Journalismus und Öffentlichkeit als *„nicht auf eine einfache Formel“* (Neuberger 2009, 83) zu bringen beschreibt. Habermas, so Neuberger's Kritik, habe ursprünglich in seiner Theorie vom *„Strukturwandel der Öffentlichkeit“* (Habermas 1962) die direkte Medienproduktion – also zum Beispiel die technischen Bedingungen - als Neben aspekt behandelt, in jüngster Zeit – sozusagen in Abgrenzung beziehungsweise Erweiterung - die technischen Bedingungen der Medienproduktion dann zwar im Blick gehabt (vgl. Habermas 2008), die Entwicklung durch das Internet aber lediglich als *„Fragmentierung“* (Neuberger 2009, 20) begriffen. Demgegenüber betont Neuberger, dass der professionelle Journalismus im Internet inzwischen eine Bindewirkung entfalte, die dieser Fragmentierung entgegenwirke.

Diese Bindewirkung gehört zu den klassischen Aufgaben des Journalismus. Journalismus lässt sich – so betrachtet – als *„Beruf zur Öffentlichkeit“* auffassen (Pöttker 2010). Die Rolle des Journalismus bestünde also darin, ein zen-

traler Baustein bei der Konstruktion des ‚Hauses Öffentlichkeit‘ zu sein. Auch wenn die durch Habermas geprägte Idealvorstellung einer diskursiven Öffentlichkeit (vgl. Habermas 1962; Habermas 2008) eher auf den direkten Austausch zielt, so kann der Journalismus eine gewisse Interimsleistung und eine Bindewirkung für sich beanspruchen, obwohl diese Bindewirkung in der Habermas’schen Kritik mit einer Vermachtung einhergeht. Für die sozialwissenschaftliche Auseinandersetzung mit den Begriff der Öffentlichkeit war der *„Strukturwandel der Öffentlichkeit“* (vgl. Habermas 1962)<sup>15</sup> aber in jedem Fall prägend, auch wenn der Text schon bald nach seinem Erscheinen als idealistisch und utopisch kritisiert wurde (vgl. Dahrendorf 1967).

Habermas versteht unter ‚der‘ Öffentlichkeit - knapp formuliert - ein soziales Gebilde, das im Sinne eines kommunikativen Netzwerkes diskursiv der Herstellung einer vernünftigen Meinung dient. Dabei wurden von ihm im *„Strukturwandel der Öffentlichkeit“* (Habermas 1962) die Parameter der öffentlichen Kommunikation dargelegt, während er in späteren Schriften eher den Prozesscharakter von Öffentlichkeit beleuchtet. Seine Denkfigur der Diskursivität wird in der Debatte um Öffentlichkeit immer wieder aufgenommen.

*„Öffentlichkeit im emphatischen Sinn wird gebildet durch Kommunikation unter Akteuren, die aus ihren privaten Lebenskreisen heraustreten, um sich über Angelegenheiten von allgemeinem Interesse zu verständigen“* (Peters 1994, 45 ).

Es geht beim Paradigma Öffentlichkeit also um den Erkenntnisgewinn durch die kommunikative Teilhabe aller. Das von Habermas begründete Öffentlichkeitsverständnis ist vor allem im ‚Strukturwandel der Öffentlichkeit‘ stark normativ geprägt, und entsprechend wurde die idealistische Vorstellung einer diskursiven Öffentlichkeit, an der jeder teilhaben sollte, kritisiert. Denn Teilhabe - so Habermas’ Kritiker - sei eher als Prinzip, nicht aber als faktische Notwendigkeit bzw. Möglichkeit zu denken. Dieses Gedankenmodell – Teilhabe als Prinzip – könnte quasi als Leitmotiv des öffentlich-rechtlichen Rundfunks angesehen werden.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hätte idealtypisch also wesentlich die Rolle, Öffentlichkeit in einer Massengesellschaft herzustellen. Journalisten wären demnach Aufklärer und agierten im Auftrag aller für alle. Damit verschiebt

---

<sup>15</sup> Eine ausführliche Diskussion des Konzeptes von Öffentlichkeit in Bezug auf Journalismus findet sich bei Carsten Brosda (vgl. Brosda 2008), Martin Welker (vgl. Welker 2012) und in Bezug auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk bei Jens Lucht (vgl. Lucht 2006).



sich zwar die begriffliche Idealisierung der Öffentlichkeit zu einer begrifflichen Idealisierung des Journalismus, aber eine Auffassung, die Journalismus idealtypisch als Herstellung von Öffentlichkeit begreift, ist in einer Massendemokratie wohl evident. Journalismus unterliegt damit den Wandlungsprozessen, denen die Gesellschaft insgesamt unterliegt, ist andererseits aber auch ein „Faktor (...), der Wandel vorantreibt“ (vgl. Neuberger 2007, 156).

In der Rezeption des Habermas'schen Öffentlichkeitsbegriffs wurde auch kritisiert, dass Öffentlichkeit – bei Habermas - eine Art soziale Institution sei, die in Bezug auf ein konkretes Sozialgebilde agiere. Aus dieser (Bezugs-)Warte sei es fortan nicht weiter möglich, von nur einer oder der Öffentlichkeit zu sprechen, sondern von Teil-Öffentlichkeiten (vgl. Pöttker 2010, 110). Anders formuliert existieren „Öffentlichkeiten (...) in einer je spezifischen sozial-räumlichen Ausdehnung“ (Weßler, Peters 2006, 127).

Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass die gerade zu schaffende Öffentlichkeit nicht gleichzusetzen ist mit der Mehrheit der Staatsbürger, der Europäer, der Studierenden etc. Allein diese Aufzählung macht deutlich, dass ohnehin Parameter gesetzt werden, die Öffentlichkeit eingrenzen und zu einer Teilöffentlichkeit werden lassen. Daher schlägt Pöttker vor, Öffentlichkeit weniger als soziales Gebilde sondern als Strukturprinzip zu denken. Diese Sichtweise fußt auf einer kulturhistorisch etymologischen Interpretation des Begriffes. Danach folgt das Substantiv ‚Öffentlichkeit‘ dem Adjektiv ‚öffentlich‘, dessen entscheidende Komponente die Eigenschaft ‚offen‘ ist (vgl. Pöttker 2010, 110).

*„Ähnlich wie der freie Markt kein Gebilde, keine Institution ist, sondern ein Strukturprinzip des wirtschaftlichen Handelns, so ist auch Öffentlichkeit keine Institution, sondern ein Strukturprinzip der gesellschaftlichen Kommunikation: das Prinzip ihrer Unbeschränktheit“ (Pöttker 2010, 110).*

Demnach entsteht Öffentlichkeit über kommunikatives Handeln, insbesondere von und durch Journalisten. Dabei setzt ein kommunikativ verstandener Journalismus auf die Reflexion seiner vermittelten Inhalte, orientiert sich also an der Verständigung mit den Rezipienten und gewährleistet so gesellschaftliche Teilhabe (vgl. Brosda 2008, 236).

*„In diesem Sinne **konstituiert** Journalismus als wesentlicher Teil von Öffentlichkeit die Struktur von Gesellschaften und zugleich **repräsentiert** Journalismus symbolisch die soziale Ordnung durch die Art der Erzählung, die er von gesellschaftlichen Ereignissen liefert“ (Lünenborg 2005, 164, Hervorhebungen im Original kursiv).*

Das Verhältnis von Journalismus und Öffentlichkeit ist - wie in dem eben genannten Zitat schon durchscheint - komplexer als eine einfache Abhängigkeitsbeziehung. Öffentlichkeit ist in einer Massengesellschaft ohne Medien nicht denkbar, Journalismus also konstituierender Part moderner Demokratie. Da aber Journalismus gleichzeitig „soziale Ordnung“ (vgl. Lünenborg 2005, 164) repräsentiert, er also ein Stück „öffentliche Kultur“ (vgl. Weßler, Wingerter 2007, 16) ist, prägt er eben diese Öffentlichkeit ebenso wie er sie ermöglicht. Journalismus ist also einerseits auf der normativen Ebene Garant der Struktur Öffentlichkeit und andererseits auf der empirischen Ebene Repräsentant sozialer Ordnung. Insofern hat Journalismus eine Doppelrolle - wiederum eine schizophrene Doppelrolle: Er ist gleichzeitig Garant einer funktionierenden Öffentlichkeit und mindestens mit-verantwortlich für die Vermachtung eben dieser Öffentlichkeit.

Diese Dialektik lässt sich auch im Aufklärungsbegriff wiederfinden.

## **5.2. Aufklärung – Eine Begriffsbestimmung**

Analog zum Begriff der Öffentlichkeit ist auch der Begriff Aufklärung vielschichtig. Aufklärung ist einerseits ein historischer Prozess, andererseits ein Strukturprinzip. Beide genannten Punkte sind für den Journalismus wesentlich. Der historische Prozess der Aufklärung ist eng mit der Entwicklung des Journalismus verbunden. Vor allem der „*schriftstellerische Journalismus*“ (vgl. Pürer, Heinz, Raabe, Johannes 2002, 411) hat sich im historischen Kontext der Aufklärung entwickelt, besonders in Frankreich.<sup>16</sup>

In Deutschland ist die Diskussion um die Aufklärung vor allem von Immanuel Kant und seinem Essay „*Was ist Aufklärung?*“ (Kant 1784) geprägt, worin er Aufklärung als „*Ausgang des Menschen aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit*“ (vgl. Kant 1784) definiert. Kant, ein Zeitgenosse der französischen Aufklärer, steckt mit seiner Erklärung zur Selbstschuld auch erste Grenzen einer Vernunftdebatte. Denn die Vernunft des Menschen zeigt sich in seinem Willen und seiner Fähigkeit, die Unmündigkeit abzustreifen.<sup>17</sup> Hier sind grundsätzliche Parameter des Öffentlichkeitsdiskurses - in dessen Kontext sich auch der Journalismus bewegt - schon gelegt.

---

<sup>16</sup> In Frankreich haben vor allem Autoren wie Diderot, D’Alembert oder Montesquieu diese Entwicklung stark beeinflusst und vorangetrieben.

<sup>17</sup> Eine Fähigkeit, die nach Kant übrigens nur die männliche Hälfte der Bevölkerung hat (vgl. Kant 1784).

Denn erst eine funktionierende Öffentlichkeit ermöglicht Aufklärung und damit den von Kant proklamierten Ausgang des Menschen aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit. Aufklärung wird demnach als im Kern rational verstanden. Rationalität ist in diesem Kontext ein Gegenbegriff zur Natur und zur Naturnähe des Menschen. Eben diese Rationalität ist – nach Horkheimer und Adorno – ursächlich für die Dialektik der Aufklärung.

*„Seit je hat Aufklärung im umfassendsten Sinn fortschreitenden Denkens das Ziel verfolgt, von den Menschen die Furcht zu nehmen und sie als Herren einzusetzen. Aber die vollends aufgeklärte Erde strahlt im Zeichen triumphalen Unheils. Das Programm der Aufklärung war die Entzauberung der Welt. Sie wollte die Mythen auflösen und Einbildung durch Wissen stützen“ (vgl. Horkheimer, Adorno 1986, 7).*

Aufklärung wird hier als Siegeszug der Rationalität verstanden, einer Rationalität allerdings, die am Ende in der Zerstörung landet. Denn

*„ (...) die Mythen, die der Aufklärung zum Opfer fallen, sind selbst schon deren eigenes Produkt. (...) Die Abstraktion, das Werkzeug der Aufklärung, verhält sich zu ihren Objekten wie das Schicksal, dessen Begriff sie ausmerzt: als Liquidation“ (Horkheimer, Adorno 1986, 11ff).*

In der Auseinandersetzung mit Kant einerseits, der noch die Vernunft des Menschen als Fortschrittsprinzip betrachtet, und der Realität des Holocaust andererseits, wird Rationalität bei Horkheimer und Adorno gleichzeitig als Ursprung der Aufklärung sowie als Ursprung der Barbarei betrachtet.

Diese Analyse der Janusköpfigkeit der Aufklärungsidee ist auch bedeutend für den Journalismus, der von Horkheimer und Adorno als Teil der Kulturindustrie angesehen wird. In ihrem Essay *„Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug“* (vgl. Horkheimer, Adorno 1986, 108-150) beschreiben sie den Warencharakter von Kultur in der Kulturindustrie. Auch hier zeigt sich die dialektische Figur der Aufklärung, in dem die von der Kulturindustrie hervorbrachte Kultur in derselben gewissermaßen wieder verschwindet.

*„Die Gewalt der Industriegesellschaft wirkt in den Menschen ein für allemal. Die Produkte der Kulturindustrie können darauf rechnen, selbst im Zustand der Zerstreuung alert konsumiert zu werden. Aber ein jegliches ist ein Modell der ökonomischen Riesenmaschinerie, die alle von Anfang an, bei der Arbeit und der ihr ähnlichen Erholung, in Atem hält. Jedem beliebigen Tonfilm, jeder beliebigen Radiosendung läßt sich entnehmen, was keiner einzelnen, sondern allen zusammen in der Gesellschaft als Wirkung zuzuschreiben wäre. Unweigerlich reproduziert jede einzelne Manifestation der Kulturindustrie die Menschen als das, wozu die ganze sie gemacht hat“ (Horkheimer, Adorno 1986, 114)*

In dieser Weltsicht kann es keine gesellschaftspolitischen Veränderungen mit oder durch Journalismus geben, denn: *„Es gibt kein wahres Leben im falschen“* (Adorno 1994, 42).

Es war Habermas, der mit seinen Schriften eine Art Rettung der Vernunft versuchte und für diesen Versuch - der auch der Versuch der Rettung von Demokratie ist - wesentlich die Parameter Öffentlichkeit, Deliberation und Partizipation benötigte.

Bezogen auf den Journalismus lässt sich in diesem Kontext Verantwortung als Prinzip wiederfinden. Journalismus, der immer auch Teil der Kulturindustrie ist, hätte damit die Verantwortung zur Deliberation. Er müsste Mehrheiten zu gesellschaftlichen Debatten befähigen, die am Ende zum Konsens führen. Dabei kann man mit den Cultural Studies diese Debatten nicht nur als Rede und Gegenrede, sondern als Selbstverständigungsprozess der Gesellschaft auffassen.

*„Das Projekt Cultural Studies versteht unter Journalismus den kulturellen Diskurs zur Selbstverständigung einer Gesellschaft. Journalismus ist in der Mediengesellschaft das populärste und umfassendste Zeichensystem zur diskursiven Verhandlung von Relevanz und Bedeutung“* (vgl. Lünenborg 2005, 101).

Die Rolle, die der Journalismus im Rahmen dieses Prozesses wahrnimmt, ist aus Sicht der Politikwissenschaft wesentlich für legitime Herrschaft. Erst wenn es Rückkopplungen über Entscheidungen gegeben hat, sind diese Entscheidungen legitimiert. Massenmedien sind in diesem Prozess unumgänglich, weil sie eine wesentliche Funktion in diesem Vermittlungsprozess wahrnehmen, nicht zuletzt, weil ein wesentlicher Teil der Bevölkerung sich in erster Linie über die Berichterstattung der Massenmedien informiert (vgl. Brettschneider 1995). Auch wenn der Journalismus durch Internetangebote seine Alleinstellung verloren hat, so hat er - wie bereits erwähnt - immer noch eine wesentliche Funktion bei der Herstellung von Öffentlichkeit. Zum einen, weil die Internetöffentlichkeit auch wieder eine Teilöffentlichkeit ist und bisherige Massenmedien, wie etwa das Radio, nicht oder zumindest noch nicht abgelöst hat, zum anderen, weil der Journalismus im Internet eine Vermittlerrolle übernommen hat (vgl. Neuberger, Nuernbergk, Rischke 2009).

### 5.3. Journalismus und Legitimation

Journalismus, egal ob er als Gatekeeper oder eher als Gatewatcher (vgl. Bruns 2009) gedacht wird, hat eine essentielle Funktion für die Legitimationssphäre der Gesellschaft. Dabei spielt der öffentlich-rechtliche Rundfunk eine spezielle Rolle. Von der Politik wurde er in seiner Geschichte einerseits immer wieder als zu vereinnahmende Größe gehandelt (vgl. Pfetsch 2005, 240-251) andererseits wurde und wird er von eben dieser Politik normativ befrachtet (vgl. Beck 2005, 106-117). Er soll „(...) *identitätsstiftend und vielfältig sein (...) gesellschaftlich engagiert sein (...) steht für Informationskompetenz (...)*“ (Beck 2005, 112f).

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat qua Grundversorgungsauftrag eine Informationsfunktion. Der Grundversorgungsauftrag an sich gibt natürlich keine Hörer- und Zuschauerquoten vor, wohl aber der hinter dem Grundversorgungsauftrag stehende Legitimationsauftrag. Wenn ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk nur noch von einer Minderheit wahrgenommen wird, dann erreicht er möglicherweise nur noch einige wenige, möglicherweise nur noch Eliten. Das wäre für die Sphäre der Legitimation problematisch.

Gleichzeitig hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk auch noch eine Unterhaltungsfunktion. Mit der Einführung der privaten Sender Mitte der 1980er Jahre begann daher ein Prozess der Verspartung der Programme. Die Legitimationsfunktion, die Verbreitung von Politik, die Bildung öffentlicher Meinung fielen dabei in den Aufgabenbereich der Inforadios (siehe Kapitel 4).

Die Wahrung einer Sphäre der Legitimation durch die Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist vor dem Hintergrund der Komplexität der Öffentlichkeit und der dialektischen Funktionsweise von Aufklärungsprozessen äußerst schwierig.

Die Funktion und Arbeitsweise von Redaktionen, der Bereich der Kommunikatoren ist in der Journalistik ausführlich untersucht (vgl. Blöbaum 1994, Blöbaum 2004, Weischenberg, Malik, Scholl 2006). In jüngster Zeit gewinnt die Perspektive einer Betrachtung des Journalismus über die Kommunikatorgrenzen hinaus an Bedeutung. Grundlage bliebe aber auch unter Berücksichtigung der Annahme, dass es nicht reicht „*das Handeln der JournalistInnen als KommunikatorInnen in den Blick zu nehmen*“ (Lünenborg 2005, 25), dass das Handeln eben dieser Journalisten Grundlage für die Arbeit an der Legitimationssphäre ist. Dabei wird davon ausgegangen, dass ein Bewusstsein

über die Rolle, die Journalisten in diesem Kontext spielen, für die Wahrnehmung der Aufgabe maßgeblich ist. Die Haltung der Journalisten wird als wesentlich für die Funktionswahrnehmung gesehen. Die Überprüfung dieser Haltung wird im Rahmen dieser Untersuchung eine zentrale Rolle spielen.

#### **5.4. Recherche – Basis für Öffentlichkeit und Aufklärung**

Vor diesem Hintergrund bewegt sich Journalismus im Dreiecksverhältnis ‚Vernunft – Aufklärung – Öffentlichkeit‘, wobei die einzelnen Punkte in einem sich gegenseitig beeinflussenden Verhältnis zueinander stehen. Der einzelne Journalist mit seinen Interessen und Ansprüchen ließe sich mit Donsbach der subjektiven Tradition zuordnen (vgl. Donsbach 2008, 147) während er gleichzeitig in der Tradition der sozialen und politischen Dienstleistung steht (vgl. Donsbach 2008, 149). Der einzelne Journalist steht mit seinem Agieren also gleichzeitig für den freiheitlichen Ausdruck, wie er in der klassischen Aufklärung proklamiert wird, erfüllt dabei aber eine essentielle öffentliche Aufgabe, ja bildet sogar den Kern der Institutionalisierung dieser Aufgabe. Journalismus wandelt sich hier gewissermaßen vom einzelnen Journalisten hin zur institutionellen Sphäre der Legitimation. Diese Wechselbeziehung, die noch durch wirtschaftliche Parameter problematisiert wird, bildet den Kern der Institution Journalismus, die in diesem Sinne aufgefasst werden kann als gesellschaftspolitische Dienstleistung (Beruf zur Kommunikation und zur Legitimation).<sup>18</sup> Diese Konstruktion der gesellschaftspolitischen Dienstleistung setzt für das Rechercheklima wesentliche Parameter.

Die Recherche als originäre journalistische Tätigkeit ist dabei als Basis dieser gesellschaftspolitischen Dienstleistung zu betrachten. Ohne Recherche – so ließe sich formulieren – kann der Journalismus seine Legitimationsfunktion nicht erfüllen. Betrachtet man Journalismus als ein System mit „*eingebauter Schizophrenie*“ (Weischenberg 1990, 170), das einerseits einen kulturellen bzw. einen gesellschaftspolitischen Auftrag hat, andererseits aber im ökonomischen System verhaftet - und damit der kapitalistischen Logik unterworfen - ist, so schließe das Panel eines Journalismus ohne Recherche einseitig in Richtung Gewinnmaximierung, wobei die Recherche allein natürlich noch kein Garant für einen Journalismus ist, der seinen gesellschaftspolitischen Auftrag angemessen erfüllt. Die Bedingung Recherche ist also notwendig, aber kei-

---

<sup>18</sup> In Anlehnung an Max Webers ‚Beruf zur Politik‘ (vgl. Weber 1919).

neswegs hinreichend. Die gesellschaftspolitische Aufgabe besteht darin, Öffentlichkeit herzustellen, kurz: aufzuklären. Sie besteht also darin, die Komplexität von Gesellschaft gleichzeitig abzubilden wie zu hinterfragen.

Diese Widersprüchlichkeit wurde dem Journalismus noch vor Jahren als ein antireziprokes Verhältnis zur Öffentlichkeit vorgeworfen (Baudrillards Bonmot ‚Rede ohne Antwort‘; vgl. Strehle 2012, 69)<sup>19</sup>. Davon kann seit dem Aufkommen des Internets wohl keine Rede mehr sein. Mehr denn je besteht zwischen Öffentlichkeit und Journalismus ein reziprokes Rollenverständnis.<sup>20</sup> Journalisten als Teil von Öffentlichkeit sind maßgeblich an der Herstellung von Öffentlichkeit beteiligt, sie sind sozusagen die kommunikativen Brückenbauer zwischen den Lebenswelten (vgl. Ruß-Mohl 2003, 26) einer Gesellschaft.

Vor diesem Hintergrund wird hier Journalismus als ein Beruf zur Herstellung von Öffentlichkeit verstanden.

---

<sup>19</sup> Zur Aktualität von Jean Baudrillard vgl. Strehle 2012.

<sup>20</sup> Zum Verhältnis Internet, Journalismus und Öffentlichkeit vgl. Neuberger 2009, 19-105

## 6. Recherche – Eine Begriffsbestimmung

In dem Standardwerk ‚Recherchieren‘ von Michael Haller wird sehr umfangreich die journalistische Recherche systematisiert und definiert (vgl. Haller erstmals 1983). Seine Überlegungen liefern (sehr häufig) die Basis für weitere spezifische Definitionsansätze (vgl. u.a. Redelfs 1996; Brendel, Brendel 2004; Preger 2004; Cario 2006; Nagel 2007), die insgesamt die Definitionsgrundlage für diese Studie bilden. Dass die Anzahl der Studien, die sich an einer generellen Definition von Recherche versuchen, durchaus überschaubar ist (siehe Kapitel 2), liegt vermutlich schlicht an der Vielschichtigkeit des Verfahrens selbst (vgl. Haas, 1999, 284). Der Umgang mit dieser Vielschichtigkeit bewegt sich in den Formulierungen einschlägiger Schriften zwischen purer Selbstverständlichkeit, pathetischer Überhöhung und schlichter Hilflosigkeit, wie die folgenden drei Zitate illustrieren:

*„Die Journalisten wissen, dass Recherchieren ihre wichtigste Tätigkeit ist“ (Haller 2008, 17).*

*„Erfolglose Rechercheure? – Die gibt es eigentlich nicht. Erfolgreiche Rechercheure sind keine wirklichen Rechercheure“ (Brendel, Brendel u.a. 2004, 13).*

*„Im journalistischen Alltag fehlt es an einer Systematik der Recherche, an einem (allseits) akzeptierten Standard“ (Hovestädt 1999, 33).*

Bei dem Versuch einer Systematisierung von Recherche wird man wohl akzeptieren müssen, dass generalisierende Aussagen über Recherche immer nur artefaktisch und damit vorläufig sein können, denn Recherche ist einerseits als Verfahren so individuell wie ihre Anwender und entwickelt sich daher stetig weiter, andererseits ist Recherche *„abhängig von den Funktionszuweisungen an den Journalismus“* (Haller 2004, 18). Das wiederum heißt: Wenn Medien und Öffentlichkeit die Recherche gering achten, dann kommt sie aus der Mode, wenn hingegen Rechercheleistungen mit Reputation und Markterfolg belohnt werden, dann kann sie beispielgebend wirken und eine kritische Öffentlichkeit befördern (vgl. Haller 2004, 18).

### 6.1. Systematisierung von Recherche

Etymologisch ist das deutsche Wort Recherche dem französischen Verb *„rechercher“* entlehnt und bedeutet soviel wie *„forschen, suchen oder erkunden“* (vgl. Duden 2001, 656). Dabei grenzt sich die journalistische Recherche von



anderen Formen der Informationsbeschaffung, etwa bei der Public Relation, der Politik, Behörden oder sonstigen Institutionen ab, „da Journalisten aufgrund ihres öffentlichen Auftrages besondere Privilegien besitzen“ (Preger 2004, 18). Insofern ist – nach Michael Haller – die Recherche

*„im engeren Sinne ein Verfahren zur Beschaffung und Beurteilung von Aussagen über reales Geschehen, die ohne dieses Verständnis nicht preisgegeben, also nicht publik würden. Im weiteren Sinne ist es ein Verfahren zur Rekonstruktion erfahrbarer, d.h. sinnlich wahrgenommener Wirklichkeit mit den Mitteln der Sprache“ (Haller 2008, 246).*

Zentraler Bestandteil der journalistischen Recherche ist ihr aktives Beschaffen von informativem Datenmaterial, oder, um es mit den Gebrüdern Brendel zu formulieren: *„Recherche ist nichts anderes als das mühselige beschaffen von Wissen“ (Brendel, Brendel u.a. 2004, 11).*

Bei dieser ‚Mühsal‘ kommt es im Wesentlichen darauf an, dass der Journalist die Gütekriterien Relevanz, Gültigkeit und Verstehbarkeit im Auge behält, denn nicht zuletzt er muss für die publizierten Inhalte öffentlich einstehen (vgl. Haller 2008, 51).

Das Gütekriterium Relevanz ist gegeben, wenn mindestens eine der drei Kategorien Neuigkeit, Nähe, Nutzen, die sogenannten drei großen ‚N‘, anwendbar ist (vgl. Haas, Frigge, Zimmer 1991, 345), kurz: wenn das Thema eine gesellschaftliche Bedeutung aufweist, Neuigkeiten vermittelt oder für die Rezipienten einen Nutzwert hat. Für das Gütekriterium Gültigkeit muss beachtet werden, dass die Informationen zutreffend und wahrhaftig sind. Schließlich muss sich der Journalist darum kümmern, dass das Thema nachvollziehbar und adressatengerecht aufbereitet wird (vgl. Haller 2008, 51).

Alle drei Gütekriterien münden in den Prozess der journalistischen Recherche mit dem Ziel,

*„Geschehnisse genau und umfassend in Erfahrung zu bringen – und die dabei gewonnenen Informationen, so weit sie zutreffend sind, in einen Sinnzusammenhang zu stellen und öffentlich zu machen“ (Haller 2008, 51).*

Bei der Zuordnung bzw. Abgrenzung von Recherche wird in der einschlägigen Literatur mit der Begrifflichkeit ‚Recherche-Typ‘ gearbeitet. Hierbei kommt es zu leichten Unschärfen: Während bei Michael Haller die Recherchetypen detailliert nach Gegenstand, Rechercheziel, Anknüpfung, Verfahren und Methode sortiert werden (vgl. Haller 2008, 38f), versteht etwa Liriam Sponholz darunter spezielle Journalisten-Charaktere (vgl. Sponholz 2009 351ff). Für

Ingmar Cario ist damit schlicht die Methode gemeint, der er – fußend auf Überlegungen von Manfred Redelfs (vgl. Redelfs 2003a, 18) – die Kategorisierung Alltagsrecherche, Recherche-Journalismus und Investigative Recherche als ‚Recherche-Grad‘ zuordnet (vgl. Cario 2006, 25).

Diese Kategorisierung soll auch für diese Studie übernommen werden, weil damit verdeutlicht werden kann, *„dass hier die Grenzen zwischen den Recherche-Typen (...) fließend sind“* (Cario 2006, 24).

### **6.1.1. Alltagsrecherche**

Das Wesen der Alltagsrecherche ist das einfache Sammeln, Sichten, Überprüfen und Vervollständigen von Informationen und Wissen, um damit *„Aussagen über Sachverhalte“* (Haller 2008, 88) machen zu können. Dazu gehören u.a. die Kontrolle der benutzten Quellen und Fakten<sup>21</sup> sowie die Ausweitung der Kenntnisse zur *„Einschätzung und Gewichtung des Geschehenen“* (Haller 2008, 97).<sup>22</sup>

Die Alltagsrecherche gilt als normale journalistische Tätigkeit und zeichnet sich durch eine in Art und Umfang unaufwendige Erledigung aus. Für sie werden nur wenige der Ressourcen Zeit und Geld benötigt, und ihre Ergebnisse sind insgesamt eher unterkomplex. *Sie sollte eine journalistische Selbstverständlichkeit sein, damit der „Journalist nicht zum passiven Informationsempfänger wird“* (Cario 2006, 24).

### **6.1.2. Recherche-Journalismus**

Zum Recherche-Journalismus zählen die Themen- und Hintergrundrecherche<sup>23</sup> sowie bei erhöhter Komplexität auch die Überprüfungsrecherche (vgl. Cario 2006 24) und natürlich – allerdings in Abgrenzung – die investigative Recherche (siehe Kapitel 6.1.3.).

Nach Ingmar Cario lösen sich Überprüfungsrecherchen dann aus dem Bereich der Alltagsrecherche, wenn der Grad der Komplexität – möglicherweise erst im Verlauf – steigt und sich die Überprüfung z.B. über eine längere Zeitspanne hinzieht (vgl. Cario 2006 24).

---

<sup>21</sup> Unter anderen die Studie *„Journalistische Recherche im Internet“* von Marcel Machill u.a. verweist auf *„die extrem untergeordnete Rolle des Überprüfens“* (vgl. Machill, Gerstner 2008, 342) in deutschen Redaktionen.

<sup>22</sup> Verfahren und Methoden sind bei Michael Haller ausführlich dargestellt (vgl. Haller 2004, 87-98).

<sup>23</sup> Bei Michael Haller wird die Themenrecherche u.a. in Thesen- und Trendrecherche differenziert (vgl. Haller 2008 , 39).

Die Themenrecherche, insbesondere die offene Themenrecherche, ist nicht zwingend auf ein spezielles Ereignis zugeschnitten, sondern sie klärt vielmehr im Laufe des Verfahrens, ob und in wie weit die Themenidee eine gesellschaftliche Relevanz aufweist, ob zum Beispiel das Thema im Alltag der Menschen eine Rolle spielt und in wie weit es einen Trend markieren könnte (vgl. Haller 2008, 105f).

Die Themenrecherche in der Gestalt der Hintergrundrecherche hat entweder zum Ziel, den Wissenstand zu einem Thema akribisch zu erfassen und in einen Kontext zu stellen oder den Hintergrund eines Themas als einen Sachzusammenhang zu ermitteln, *„der überhaupt erst Rückschlüsse auf einen Sinn machenden Zusammenhang zulässt“* (Haller 2008, 118).<sup>24</sup>

Sowohl die Themen- als auch die Hintergrundrecherche fußen auf der Alltagsrecherche, die die Grundlage einer jeden journalistischen Recherche bildet.

Das Wesen des Recherche-Journalismus zeichnet sich durch eine in Art und Umfang deutlich aufwendigere Erledigung aus. Damit sind sowohl der komplexere Inhalt als auch der erhöhte Verbrauch an Ressourcen (Zeit und Geld) gemeint.

### **6.1.3. Investigativer Journalismus**

Insbesondere bei der Kategorie des Enthüllungs- bzw. investigativen Journalismus gibt es eine Debatte in der Journalismusforschung über die Zuordnung bzw. Abgrenzung zum Begriff des Recherche-Journalismus (vgl. Redelfs 1996; Preger 2004; Caraió 2006; Nagel 2007).

So wird die Zuordnung von Siegfried Weischenberg, den investigativen Journalismus als eines von mehreren Berichterstattungsmustern (vgl. Weischenberg 1995, 111ff) zu definieren abgelehnt mit der Begründung, dass diese Muster aus dem US-Journalismus abgeleitet seien und *„nur schwer auf hiesige Verhältnisse übertragbar sind“* (Caraió 2006, 25) (siehe Kapitel 3).

Ebenso wird die Gleichsetzung von Recherche-Journalismus und investigativem Journalismus - wie u.a. bei Seven Preger (vgl. Preger 2004, 21) - als wenig sinnvoll angesehen, da weder die Themen- noch die Hintergrundrecherche grundsätzlich

*„Missstände oder Skandale aufdecken sollen, wie es bei Investigativen Recherchen der Fall ist, die aufgrund ihrer Intensität aber zum Recherche-Journalismus gezählt werden müssen“* (Caraió 2006, 26).

---

<sup>24</sup> Verfahren und Methoden sind bei Michael Haller ausführlich dargestellt (vgl. Haller 2008, 100-114).

In Anlehnung an Michael Haller (vgl. Haller 2008, 115) und Manfred Redelfs (vgl. Redelfs 1996, 32) entwickelte Ingmar Cario (vgl. Cario 2006, 31) und ihm in leicht abgewandelter Formulierung folgend Lars Marten Nagel (vgl. Nagel 2007, 40) eine Definition von investigativer Recherche, die – hier erweitert um den Verweis auf die Möglichkeit, dass der Ausgangspunkt für die Recherche ein Hinweis eines Insiders<sup>25</sup> sein kann – auch für diese Studie gilt: Investigativer Journalismus ist eine spezielle Form des Recherche-Journalismus, bei der entweder durch den Hinweis eines Insiders oder durch Initiative des Journalisten selbst und auf der Grundlage intensiver Recherche bisher unbekannte Sachverhalte von hoher gesellschaftlicher Relevanz öffentlich gemacht werden, die Einzelne, Gruppen oder Organisationen verbergen möchten. Ziel des investigativen Journalismus ist es, im öffentlichen Interesse und gegen den Widerstand von Betroffenen Missstände in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft aufzudecken (vgl. Redelfs 1996, 32; Cario 2006, 31; Nagel 2007, 40).

#### 6.1.4. Verortung von Recherche

Nach dem Modell von Ingmar Cario, ergibt sich folgende Zuordnung von Recherchetypen und Recherchegraden:

Recherche-Typen	Recherche-Grad
(einfache) Überprüfungs- oder Vervollständigungsrecherche	Alltagsrecherche
Themenrecherche/ Hintergrundrecherche	Recherche-Journalismus
Aufdeckende Recherche/ Investigative Recherche	Recherche-Journalismus/ Investigativer Journalismus

Abb.1: Verortung von Recherche (Cario 2006, 25).

<sup>25</sup> Schon Michael Haller verweist auf den Umstand, dass der Beginn für investigative Recherchen meist auf den Hinweis eines Insiders zurückzuführen ist (vgl. Haller 2008, 128). Als Insider wird gemeinhin ein Informant bezeichnet, der als Teil einer Institution Kenntnisse über Missstände hat, die er an Journalisten weiter gibt, damit sie öffentlich gemacht werden (vgl. Haller 2008, 208ff, u. 275ff).

Als Beispiel für Enthüllungsgeschichten, die auf Grund von Insider-Informationen entstanden, mag die französische Zeitung „Le Canard enchaîné“ gelten, die „von Informanten aus den Ministerien, den Geheimdiensten, der Armee und auch aus dem Elysée-Palast“ (Sandberg 2011, 142) lebt.

Für Ingmar Cario sind - wie schon erwähnt - die Grenzen von journalistischer Recherche fließend. Das soll diese Darstellung verdeutlichen. Sie berücksichtigt allerdings nicht, dass sich Recherche quasi hierarchisch aufbaut. Das heißt: Journalistische Recherche beginnt in Art und Umfang grundsätzlich in dem Bereich der Alltagsrecherche und kann - nicht muss - sich in einem sukzessiven Prozess bis hin zur investigativen Recherche entwickeln. Denn auch für die investigative Recherche müssen zunächst Quellen und Fakten gesammelt, gesichtet, überprüft und vervollständigt werden, woraus sich möglicherweise mehrere Themenaspekte ergeben, für die Hintergründe eruiert und Zusammenhänge rekonstruiert werden müssen, um schließlich die Sachverhalte zu lokalisieren, die zur Aufdeckung eines Missstandes führen.

Um Recherche als sukzessiven Prozess darzustellen, wird in dieser Studie die bisherige Systematik um die Kategorie Recherche-Dimension erweitert.

## **6.2. Neue Kategorie – Recherche-Dimension**

Die Kategorie Recherche-Dimension zielt darauf, den sukzessiven Charakter von Recherche näher zu bestimmen. Das heißt, für Recherchen muss der Journalist die Ressourcen Zeit und Geld investieren mit dem möglichen Ergebnis einer zunehmenden Komplexität der Inhalte, kurz: der Inhaltstiefe. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Übergänge der einzelnen Recherchegrade fließend sind. Folglich ist es nicht möglich und nicht sinnvoll, sozusagen Quantitätsstufen einzuführen, die ab einer bestimmten Menge zu einer neuen Qualitätsstufe führen. Denn jedes journalistisch bearbeitete Thema hat eine inhärente und damit spezifische Inhaltstiefe.

Die spezifische Inhaltstiefe eines Themas ist dann erreicht, wenn

1. ein Thema auf einige relevante Vorgänge eingegrenzt werden konnte,
2. diese detailliert rekonstruiert werden konnten,
3. die Rollen der daran Beteiligten ermittelt werden konnten,
4. die Zusammenhänge zwischen Handelnden und Handlungen geklärt werden konnten,

kurz: wenn alle auf der Hand liegenden Fragen beantwortet und die Zusammenhänge plausibel dargestellt werden konnten (vgl. Haller 2008, 53).

Das Gegenteil von Inhaltstiefe ist Inhaltsbreite. Dabei wird eine Fülle an Datenmaterial über diverse Aspekte eines Themas gesammelt, ohne diese zwin-

gend zu benötigen und in einen Sinnzusammenhang stellen zu können (vgl. 2008, Haller 53).

Da - wie schon erwähnt - im Journalismus eine Ressourcenknappheit beklagt wird (siehe Kapitel 3 und 4) ist es zwar theoretisch denkbar, dass eine Recherche sich über Monate hinzieht, für die Beschaffung von Informationen kostspielige Reisen im In- und Ausland notwendig werden und dennoch nur in die Breite recherchiert wurde, die Inhaltstiefe entsprechend gering bleibt. Das dürfte aber eine zu vernachlässigende Ausnahme sein.

Insofern führt eine sukzessiv zunehmende Inanspruchnahme von Ressourcen auch zu zunehmend komplexeren Inhalten, also zu einer zunehmenden Inhaltstiefe – je nach Thema.

Vor diesem Hintergrund wird die Kategorie Recherche-Dimension mit folgenden drei Begriffen gefasst: Einfache Recherche; Anspruchsvolle Recherche; Profunde Recherche.

Damit soll für diese Untersuchung dreierlei erreicht werden: Zum Ersten verdeutlicht insbesondere die interpretative Bandbreite der Begriffe, dass journalistische Recherche miteinander verzahnt ist (auch die investigative Recherche fußt auf dem Sichten, Sammeln, Überprüfen und Vervollständigen von Daten- und Quellenmaterial) und damit keine absoluten Grenzen aufweisen kann. Zum Zweiten soll verdeutlicht werden, dass sich journalistische Recherche quasi hierarchisch verhält, da sie ein sukzessiver, in Teilen auch konsekutiver Prozess ist. Denn sowohl bei der Ressourcenverwendung (Zeit und Geld) als auch bei der Inhaltstiefe (Komplexität) ist ein zunehmender Anspruch oder eine zunehmende Inanspruchnahme möglich, sodass sich beispielsweise aus einer einfachen Überprüfungsrecherche eine vertiefende und damit anspruchsvolle Hintergrundrecherche ergeben kann, die möglicherweise letztlich in eine profunde Enthüllungsrecherche mündet. Zum Dritten verspricht insbesondere bei einer qualitativ empirischen Untersuchung eine sprachliche Vereinfachung der Begrifflichkeiten, dass sich wesentlich leichter eine einheitliche Kommunikationsebene zwischen Forscher und Beforschten herstellen lässt. Das heißt nicht, dass die beschriebenen Recherchegrade außer Acht gelassen werden, sondern lediglich, dass für die Untersuchung eine

Vereinfachung der verwendeten Begriffeskategorien vorgenommen wird, damit es möglichst zu keinerlei Verständnisschwierigkeiten zwischen Forscher und Beforschten kommt.

Ausgehend von den vorgestellten Definitionskategorien von Recherche und erweitert um die Kategorie Recherche-Dimension ergibt sich nun folgende Systematik:

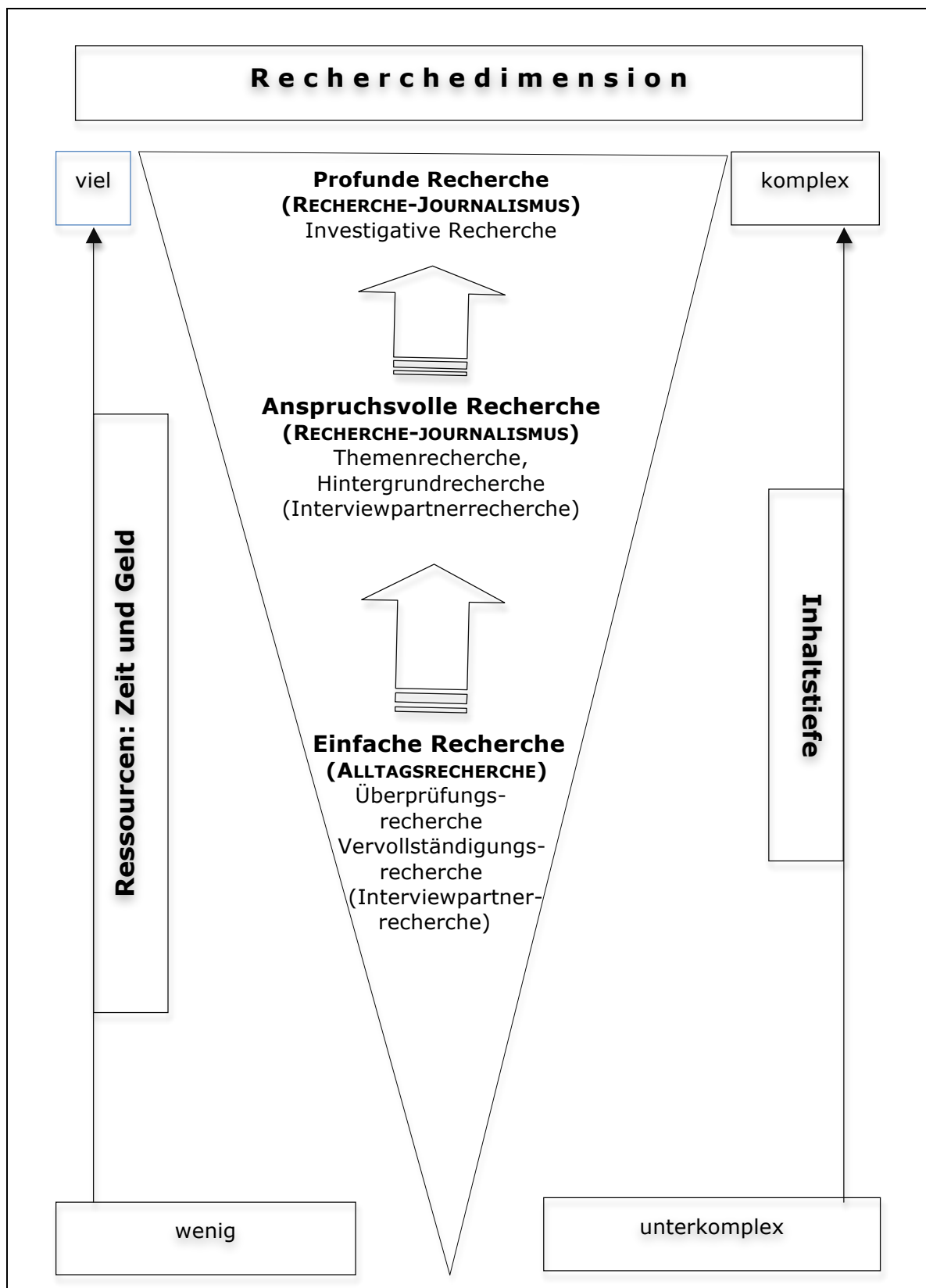


Abb.2: Recherchedimension; eigene Darstellung



### 6.3. Arbeitsdefinition von Recherche

Vor dem Hintergrund der vorangegangenen Kapitel ergibt sich nun für diese Studie folgende Arbeitsdefinition von Recherche:

Journalistische Recherche wird allgemein als sukzessiver - in Teilen konsekutiver - Prozess verstanden, der dazu dient, relevante Informationen jedweder Art, umfassend, auch gegen Widerstände, in Erfahrung zu bringen, sie zu beurteilen und, soweit zutreffend, in einen Sinnzusammenhang zu stellen und öffentlich zu machen. Der sukzessive Prozess der Recherche wird als Recherche-Dimension gefasst, von einfacher über anspruchsvolle bis hin zur profunden Recherche. Je nach Recherche-Dimension variiert das Ziel der Recherche von der schlichten Datenerhebung bis hin zur Aufdeckung und Öffentlichmachung von Missständen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

Die ‚Einfache Recherche‘ wird als alltägliche journalistische Tätigkeit angesehen und zeichnet sich durch ihre in Art und Umfang unaufwendige und routinierte Erledigung aus. Das heißt:

1. Der Aufwand von Ressourcen ist gering (einfaches Sammeln, Sichten, Überprüfen und Vervollständigen von Daten- und Quellenmaterial; unaufwendige Inaugenscheinnahme vom Ort des Geschehens; unaufwendige Lokalisation und Organisation von Gesprächspartnern; u.ä.)<sup>26</sup>.
2. Die Inhaltstiefe ist eher unterkomplex (eine Inhaltsebene; einfache Zuordnungs- und Interpretationsmöglichkeit des Daten- und Quellenmaterials; einfache Interviewaussagen u.ä.).
3. Die Rechercheergebnisse sind zumindest in Teilen von gesellschaftlicher Relevanz.
4. Es reichen journalistische Grundkompetenzen.

Die ‚Anspruchsvolle Recherche‘ wird trotz ihrer tagtäglichen Präsenz in den Medien als herausgehobene journalistische Tätigkeit angesehen. Sie zeichnet sich durch eine in Art und Umfang zunehmend aufwendigere und nicht grundsätzlich routinierte Erledigung aus. Das heißt:

---

<sup>26</sup> Die Verwendung des Semikolons in den Klammern soll verdeutlichen, dass die Beispiele entweder einzeln oder summierend zu verstehen sind.

1. Der Aufwand von Ressourcen ist erhöht bis hoch (mühevoller Zugang zu Daten- und Quellenmaterial; aufwendigere Inaugenscheinnahme von auch mehreren Geschehensorten; aufwendigere Lokalisation und Organisation von Gesprächspartnern; zusätzlicher Kommunikationsbedarf mit Kollegen; u.ä.).
2. Die Inhaltstiefe wird progressiv komplexer (mehrere themen- bzw. hintergrundspezifische Inhaltsebenen möglich; Klärungsbedarf für Zuordnungs- und Interpretationsmöglichkeiten des Daten- und Quellenmaterials; Klärungsbedarf von Interviewaussagen; u.ä.).
3. Die Rechercheergebnisse sind von erkennbar gesellschaftlicher Relevanz.
4. Es sind gehobene journalistische Kompetenzen nötig.

Die „Profunde Recherche“ wird als eine deutlich herausgehobene journalistische Tätigkeit angesehen und zeichnet sich in Art und Umfang durch eine sehr aufwendige und zum Teil nur mit speziellen Kenntnissen durchführbare Erledigung aus. Das heißt:

1. Der Aufwand an Ressourcen ist hoch bis sehr hoch (sehr mühevoller, da ggf. nur gegen Widerstände erreichbarer Zugang zu Daten- und Quellenmaterial; teilweise sehr aufwendige Inaugenscheinnahme von auch mehreren Geschehensorten; teilweise sehr aufwendige Lokalisation und Organisation von Gesprächspartnern; ggf. hoher Kommunikationsbedarf mit Kollegen; u.ä.).
2. Die Inhaltstiefe ist sehr komplex (diverse Inhaltsebenen möglich; teilweise hoher Klärungsbedarf für Zuordnungs- und Interpretationsmöglichkeiten des Daten- und Quellenmaterials; teilweise hoher Klärungsbedarf von Interviewaussagen; u.ä.).
3. Die Rechercheergebnisse sind von bedeutend gesellschaftlicher Relevanz.
4. Es sind besondere journalistische Kompetenzen nötig.

#### **6.4. ARD Inforadio Spezial – Interviewpartner-Recherche**

Da der Wortanteil der ARD Inforadios zwischen ca. 73 % und über 99 % liegt<sup>27</sup>, wird ihr Programm (schon aus Kostengründen) elementar aus zumeist live geführten Interviews gespeist. Dabei kommt der Recherche nach geeigneten Interviewpartnern quantitativ und qualitativ eine besondere Bedeutung zu. Denn in unserer medialisierten Welt (vgl. Thomas, Krotz 2008, 17-42) wird die Suche nach immer wieder neuen, sozusagen unverbrauchten, interessanten und spannenden Interviewpartnern immer schwieriger. Das mag auch der Umstand verdeutlichen, dass die ARD für ihre zahlreichen TV-Talk-Shows eine Koordinierungsstelle – angesiedelt beim ARD-Chefredakteur – eingerichtet hat, „damit das nicht im Chaos endet, in Dauerabonnements notorischer Talkshowgänger oder in thematischem Einerlei“ (Spiegel 09/2011, 131).

Für die ARD Inforadios mit ihrem permanent hohen Bedarf an Gesprächspartnern und ihrer auf Wiederholung zielenden Sendestruktur bedeutet aber eine stetige Wiederkehr der immer gleichen – seien es noch so kompetente oder auch prominente – Interviewpartner, dass es bei den Rezipienten à la long zu einem Gewöhnungseffekt und damit möglicherweise zu einem Absinken der Zuhörbereitschaft kommen könnte. Daraus wiederum ergeben sich zwei denkbare Konsequenzen: Einerseits kann es kurzfristig schlicht zu einem Programmwechsel führen, andererseits kann es bei den Rezipienten zu einem Ansehensverlust des Infosenders insgesamt führen. Denn die inhaltlichen Positionen immer wiederkehrender Interviewpartner sind irgendwann bekannt und bieten (vermeintlich) nichts Neues, erzeugen ergo eher ein Gefühl der Langeweile. Insofern ist es auch für die wortlastigen ARD Inforadios richtig, im Journalismus immer auch das unterhaltende Element zu sehen.<sup>28</sup>

Vor diesem Hintergrund ist die Vermutung sicherlich nicht von der Hand zu weisen, dass die Interviewpartner-Recherche im Laufe der Jahre zeitaufwendiger und inhaltlich komplexer geworden ist.

---

<sup>27</sup> Wortanteil ohne Werbung in 2010: 99,4% bei B5, 99,2% bei HR-Info, 97,4 % bei MDR Info, 73,4% bei NDR Info, 99,1% beim Inforadio vom RBB (vgl. ARD 2010, 353ff).

<sup>28</sup> Zur Debatte ‚Journalismus und Unterhaltung‘ vgl. Lünenborg 2005; Scholl, Renger, Blöbaum 2007.

Im Kontext der hier eingeführten Recherche-Dimension beginnt die Interviewpartner-Recherche also zunächst als einfache Recherche und kann sich sukzessive zu einer anspruchsvollen Recherche entwickeln.

## 7. Klima – Eine Begriffsbestimmung

Ursprünglich ist das Wort Klima in der Klimatologie beheimatet und beschreibt in aller Schlichtheit in etwa atmosphärische Zustände und Vorgänge an einem Ort (vgl. etwa Hupfer 1991), also kurz: Ein atmosphärisches Wirkungsgefüge.

Die Idee, den Begriff ‚Klima‘ hier einzuführen, fußt auf seiner Verwendung in anderen Wissenschaftsbereichen wie der Soziologie und der Betriebswirtschaft. Dort werden einschlägige Begriffe wie ‚Arbeit‘ oder ‚Betrieb‘ mit dem Wort ‚Klima‘ verwoben.

Verkürzt formuliert geht es in diesen Wissenschaftsdisziplinen um das Verstehen der atmosphärischen Zustände und Vorgänge von Arbeit (z.B. journalistische Recherche) oder von einem Betrieb (z.B. Redaktion). In unserem alltäglichen Sprachverständnis fassen wir zum Beispiel das Betriebsklima als eine Art innerbetriebliche Wetterlage auf, die je nach Ausprägung von sonnig bis gewittrig reichen kann (vgl. Dziarnowski, Schütze 2007, 7).

Der Begriff ‚Rechercheklima‘ ist dem entsprechend ein Kunstgriff für diese Untersuchung und daher metaphorisch zu verstehen. Es soll damit verdeutlicht werden, dass journalistische Recherche nicht nur von vielen einzelnen Faktoren geprägt und beeinflusst wird, sondern dass diese Faktoren ebenfalls aufeinander wirken und in einer Beziehung zueinander stehen, sodass – metaphorisch – das atmosphärische Wirkungsgefüge von Recherche mehr ist als die Summe der Faktoren, die Recherche beeinflussen und prägen.

Nach Dziarnowski und Schütze wird – nach Auswertung gängiger arbeits- und organisationspsychologischer Fachliteratur – das Betriebsklima

*„meist mit der subjektiv wahrgenommenen, längerfristigen Qualität des Zusammenwirkens der Beschäftigten eines Wirtschafts- oder Verwaltungsbetriebes gleichgesetzt“ (Dziarnowski, Schütze 2007, 7),*

während der Begriff Arbeitsklima eher auf eine spezifische Arbeitsplatz-Situation und ihre unmittelbare Wirkung auf den Arbeitenden zielt.

*„Wichtige Einflussfaktoren auf das Arbeitsklima sind Arbeitszeit und Bezahlung. Aber auch Anerkennung und Sinnvermittlung durch die Führungskräfte spielen eine wesentliche Rolle“ (Dziarnowski, Schütze 2007, 7).*

Der Begriff ‚Betriebsklima‘ stellt demnach die Gruppe als Gesamtheit in den Mittelpunkt der Betrachtung, ohne dabei den Blick auf die subjektive Wahrnehmung der Mitarbeiter außer Acht zu lassen. Demgegenüber fokussiert der Begriff ‚Arbeitsklima‘ auf Faktoren, die den Einzelnen bzw. seine Tätigkeit betreffen sowie unmittelbar auf ihn einwirken, also von der Gruppe ausgehen. Dieses ‚Gruppenphänomen‘ lässt sich auch bei Definitionen von Unternehmenskultur (vgl. Nerdinger, Wilke 2009) finden, die im Sinne einer Begriffshierarchie dem Betriebsklima und Arbeitsklima noch übergeordnet ist. Zusammenfassend ist – nach Sackmann - Unternehmenskultur

*„die von einer Gruppe gehaltenen grundlegenden Überzeugungen, die deren Wahrnehmung, Denken, Fühlen und Handeln bestimmen und insgesamt typisch für die Gruppe sind“ (Sackmann 2007, 11).*

Ausgehend von diesen Definitionen lassen sich für diese Studie drei relevante Faktoren extrahieren, die für das Verstehen eines atmosphärischen Wirkungsgefüges bedeutsam sind. Es sind dies die ‚grundlegenden Überzeugungen‘, die ‚Sinnvermittlung‘ durch die Führungskräfte und insgesamt die ‚Kommunikation‘, ohne die keinerlei Austausch von Überzeugungen, Anerkennung, Sinnvermittlung etc. möglich wäre.

### **7.1. Grundlegende Überzeugungen mit kollektiver Wirkung**

Die grundlegenden Überzeugungen von Menschen wachsen im Laufe der Jahre. Sie sind als ein politischer Faktor zu werten, da sie aus der Wechselbeziehung zwischen Individuum und Gesellschaft entstehen. Diese grundlegenden Überzeugungen sind zwar an sich nicht sichtbar (vgl. Sackmann 2007, 12) manifestieren sich aber in Handlungen und Verhalten. Journalisten – wie andere Berufsgruppen auch – haben ein Verständnis von ihrer Rolle, also letztlich von dem Sinn und Zweck ihrer Arbeit. Hinzu kommt, dass diese Überzeugungen nicht nur als Einzelphänomen, sondern auch in ihrer Gesamtheit auf eine Redaktion wirken. Es erscheint daher sinnvoll, diese grundlegenden Überzeugungen ins Visier zu nehmen und zum Beispiel zu erforschen, ob es womöglich eine Diskrepanz gibt zwischen den grundlegenden Überzeugungen der einzelnen Journalisten und ihrem erlebbaren Verhalten, beziehungsweise ist zu fragen, ob sie das, was sie einzeln oder als Gruppe als wichtig proklamieren, auch umsetzen.

Für Sackmann ist es „*ein Gütemaßstab, ob die äußere Haltung tatsächlich mit der inneren übereinstimmt*“ (Sackmann 2007, 13), also ob das, was nach außen hin proklamiert wird, mit dem tatsächlichen Handeln und Verhalten korrespondiert. Die kollektive Wirkung der Überzeugungen einzelner Journalisten macht sich am Ende am Produkt bemerkbar.

Zu dem Feld der Überzeugungen gehören im weiteren Blickwinkel auch unbeständigere Ausprägungen wie Meinungen und subjektive Bewertungen. Sie sind nicht so tief im Wertekanon von Menschen verankert und können sich daher einem Umfeld, einer Situation oder einer von der Leitungsebene ausgehenden Marschroute anpassen.

## **7.2. Sinnvermittlung durch Hierarchien**

In der Unternehmensforschung hat sich gezeigt, „*dass finanziell erfolgreiche Firmen eine strategische Vision haben und einen regelmäßigen Abgleich machen*“ (Sackmann 2007, 16).

Nun ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk als Institution mit gesellschaftspolitischem Auftrag nur bedingt mit einem gewinnorientierten Unternehmen zu vergleichen (entsprechende Debatte vgl. Ridder, Langenbacher, Saxer u.a. 2005; Lucht 2006), dennoch ist es auch für ein Inforadio relevant, ob und inwieweit die Leitungsebene zum Beispiel die Rolle des Senders innerhalb einer Rundfunkanstalt definiert. Es ist sicherlich ein Unterschied für Inforadio-Journalisten, ob sie - je nach Definition der Chefredaktion - für einen Nachrichtensender oder für einen gesellschaftspolitisch aufklärenden Informationssender arbeiten, insbesondere mit Blick auf Rechercheleistungen. Für reine Nachrichten reicht in der Regel eine einfache Überprüfungs- und Erweiterungsrecherche aus, für ‚aufklärende Informationen‘ bedarf es hingegen aufwendigerer Rechercheansätze (siehe Kapitel 6).

Die Sinnvermittlung, besonders von Seiten der Leitungsebene, spielt dann eine große Rolle, wenn Strategien entwickelt werden müssen, um auf externe Herausforderungen zu reagieren (vgl. Kock, Kutzner 2003, 15; Sackmann 2007, 17), wie zum Beispiel sinkende Gebühreneinnahmen und ein damit verbundenes enges Finanzkorsett bei den Infosendern. Eine von der Leitung vermittelte Strategie kann z.B. die Entscheidung sein, explizit auf Recherche als Qualitätsmerkmal des Senders zu setzen. Die Sinnvermittlung gegenüber

den Mitarbeitern bestünde darin, ihnen klar zu machen, dass Recherche als Mehrwert anzusehen ist, der für alle Beteiligten positive Auswirkungen hätte (Akzeptanz bei Hörern und Multiplikatoren, Ansehen, Quoten, Arbeitsplätze, etc.), auch für die an Recherche nur mittelbar Beteiligten in einer Redaktion. Denn es ist – nach Sackmann – ein menschliches Bedürfnis, *„Teil eines wichtigeren und größeren Ganzen zu sein“* (Sackmann 2007, 15), in diesem Falle ist das größere Ganze die Rechercheleistung als Ausdruck von Qualitätsjournalismus. Dieses Bewusstsein der Teilhabe führt in der Regel zu einer höheren Motivation bei den Mitarbeitern (vgl. Beile, Wilke, Voß 2009, 234).<sup>29</sup>

Auf der anderen Seite muss diese ‚Sinnvermittlung‘ sozusagen auf fruchtbaren Boden fallen. Sie muss verstanden beziehungsweise umgesetzt werden. Die Voraussetzung dafür sind der Wille zur Umsetzung und die entsprechende Qualifikation. Sinnvermittlung ist also keine hierarchische Einbahnstraße, sondern entfaltet sich erst in ihrer Wechselwirkung zwischen den Hierarchieebenen.

Es erscheint daher geboten, diese hierarchisch verwobene Sinnvermittlung zu untersuchen. Dabei geht es zum einen um die Frage nach dem Verständnis der Leitungsebene von der Rolle des Inforadios, sowie - in Bezug auf Recherche - die Frage nach dem Ansehen von Rechercheleistungen. Zum anderen geht es um die Anerkennung beziehungsweise die Motivation der am Prozess von Recherche beteiligten Journalisten. Außerdem spielt - wie erwähnt - u.a. die Qualifikation der Mitarbeiter eine Rolle, denn was nützt eine strategische Vision qua Sinnvermittlung, wenn sie nicht professionell umgesetzt werden kann.

---

<sup>29</sup> Sonja Sackmann liefert dazu folgendes prägnantes Beispiel: „Sie haben drei Maurer. Diese befragen Sie nach der Art ihrer Tätigkeit. Eigentlich machen sie alles gleich. Der eine sagt, er nehme Mörtel und Steine und lege sie aufeinander. Der zweite sagt, er baue eine Mauer. Der dritte sagt, er baue eine Kathedrale. Der Tatbestand ist exakt der gleiche. Wer von den Dreien ist aber am meisten motiviert? Der Letzte! Weil es ein menschliches Bedürfnis ist, Teil eines wichtigeren und größeren Ganzen zu sein, bei dem wir mitwirken können. Wenn Mitarbeiter den Sinn ihrer auch noch zu (sic!) partikularistischen Arbeit erkennen, sind sie in der Regel wesentlich stärker motiviert“ (Sackmann 2007, 15).



### 7.3. Kommunikation auf formellen und informellen Wegen

Es ist wohl unbestritten, dass Kommunikation in journalistischen Redaktionen essentiell ist. Ohne Austausch und Absprachen sind journalistische Produkte wie Zeitungen oder Rundfunkprogramme kaum zu organisieren. Bezogen auf Recherche wäre zu untersuchen, wie und wann überhaupt über Recherche gesprochen wird, wer mit wem Verabredungen trifft, ob zum Beispiel Rechercheleistungen kritisiert oder gelobt werden, in welchem Maße und von welcher Hierarchieebene. In diesem sozialen Miteinander der Journalisten manifestiert sich ein ‚Klima‘, ein atmosphärisches Wirkungsgefüge. Zu untersuchen ist daher, ob es für die Kommunikation über Recherche formelle Regeln gibt, oder ob und in wie weit sie auf informeller Ebene statt findet.

Als formelle Ebene kann die täglich stattfindende Redaktionskonferenz angesehen werden. Dort trifft sich in der Regel ein Teil der Mitarbeiter, um über das Programm zu sprechen. Wer sagt dort was zu wem, in welcher Art und Weise und mit welcher Konsequenz – dies ist eine Facette des atmosphärischen Wirkungsgefüges in der Redaktion.

Die informelle Kommunikation scheint dagegen schwerer fassbar zu sein. Wo und wann findet sie statt? Was ist überhaupt das Informelle?

Nach Bolte und Porschen ist das Informelle eine Form von Kooperation.

*„Charakteristisch ist, dass sich diese Kooperation aus Anforderungen und Problemstellungen ergibt, die in hohem Maße situativ und kontextgebunden sind. Daraus resultieren Unwägbarkeiten, die sich weder vorhersehen noch durch technische oder organisatorische Verfahren beherrschen lassen“ (Bolte, Porschen 2006, 11).*

Bezogen auf ein Inforadio bedeutet das, dass situativ beispielsweise zwischen einer Reporterin und einem Chef vom Dienst über Rechercheergebnisse kommuniziert wird, um das weitere Vorgehen zu verabreden: Ein schneller Zuruf, eine schnelle Entscheidung aus der Situation heraus erscheint häufig weitaus sinnvoller als das Einhalten einer formellen Struktur für dieses alltägliche Arbeitshandeln. Diese informell-kooperative Kommunikation wird als *„diskursive Koordinierung“* (vgl. Minssen 2003, 57) oder als *„Stille Leistung“* (Bolte, Porschen 2006, 13) bezeichnet, ohne die Journalisten ihre Arbeitsaufgaben kaum erfüllen könnten, denn die strickte Einhaltung formaler Kommunikationsstrukturen würde den Arbeitsprozess mindestens zeitlich ausbremsen. Allerdings ist Handeln in formellen Strukturen nachprüfbar, bei einer

„stillen Leistung“ nicht. Stille Leistungen sind daher ein Risiko. Sie basieren auf Vertrauen der Kooperationspartner. Dabei ist das Vertrauen „*nicht nur eine Erwartung in vorhersagbares Verhalten, sondern auch Zuversicht angesichts möglicher Risiken*“ (Spieß, Rosenstiel 2010, 73). Informell-kooperative Kommunikation beinhaltet demnach „*die Bereitschaft der Beteiligten verletzbar zu sein*“ (Spieß, Rosenstiel 2010, 73), denn Risiken können immer auch negative Auswirkungen haben. Insofern bietet formelle Kommunikation zwar Sicherheit durch Überprüfbarkeit, allerdings entsprechend wenig Flexibilität (eine Bürokratie muss eingehalten werden). Anders bei der informell-kooperativen Kommunikation: Hier gibt es ein hohes Maß an Flexibilität (was einem schnellen journalistischen Arbeitsprozess Rechnung trägt) auf Kosten von Sicherheit.

Für die Ermittlung eines Rechercheklimas dürfte es daher interessant sein, wie die darauf bezogene informell-kooperative Kommunikation (stille Leistung) abläuft und ob das Informelle überhaupt als ein integraler Bestandteil (vgl. Bolte, Porschen 2006, 67) einer Inforadio-Redaktion anerkannt und gefördert wird.

## 8. Exkurs – Redaktionsforschung

Dieser Exkurs dient dazu, die für diese Studie grundlegenden und relevanten Erkenntnisse aus der Redaktionsforschung herauszuarbeiten und für die Vorbereitung der empirischen Untersuchung aufzubereiten. Dabei wird der Focus in erster Linie auf die Forschungsergebnisse aus dem Bereich Hörfunk gelegt.

### 8.1. (Zeitung-) Redaktion als soziales System

Es war Manfred Rühl, der Ende der 1960er Jahre einen neuen Weg in der Redaktionsforschung einschlug<sup>30</sup>. Mit seiner Pionierstudie *„Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System“* öffnete er den Blick für die Wechselbeziehungen zwischen einer Redaktion und ihrer Umwelt, die auf den journalistischen Produktionsprozess einwirken (vgl. Rühl 1979).

Bis dato beherrschten eher Forschungsansätze, die den Journalisten als Individuum in den Mittelpunkt der Betrachtung zogen und im weiteren die sogenannte Gatekeeper-Forschung, die Agenda (vgl. ex. Robinson 1973, 344-355).

Rühls Analyse basierte auf der funktional-strukturellen Systemtheorie von Niklas Luhmann und fasste die Redaktion als ein System, das aus Erwartungen und daraus resultierenden Handlungen entsteht (vgl. Rühl 1979, 72ff). Er betrachtet die in dieser Redaktion arbeitenden Redakteure nicht als individuelle Persönlichkeiten, sondern als Rollenträger. *„Als Handlungssystem „besteht“ die Redaktion grundsätzlich aus Handlungen und nicht aus Menschen schlechthin“* (Rühl 1979, 70).<sup>31</sup> Dieses Ausblenden der Redakteure als ‚ganze Menschen‘ wurde in späteren Studien kritisiert (vgl. z.B. Hientzsch 69ff). Nichts desto weniger wurde der rollenanalytische Aspekt von Rühl weitergeführt (vgl. u.a. Dygutsch-Lorenz 1971, 1973; Rückel 1975; Schulz 1974; Hofer 1978; Krzeminski 1987).

Über die Arbeits- bzw. Mitgliedsrolle – wie Rühl es nennt – haben die einzelnen Redakteure auch mit anderen ‚Umwelten‘ (gemeint sind zum Beispiel die

---

<sup>30</sup> Die Studie *„Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System“* wurde erstmals 1969 veröffentlicht. Zehn Jahre später wurde diese Studie in einer überarbeiteten Version erneut verlegt (vgl. Rühl 1979).

<sup>31</sup> Dieser Passus wurde in der Neuauflage 1979 ‚entschärft‘. 1969 lautete dieser Satz wie folgt: *„Handlungssysteme bestehen grundsätzlich aus Handlungen und nicht aus konkreten Menschen“* (Rühl 1969, 37).

Ressorts) innerhalb der Redaktion zu tun (vgl. Rühl 1979, 257ff). Jede Umwelt (z.B. Ressort) grenzt sich zu anderen Teilsystemen innerhalb und außerhalb der Redaktion ab. Damit es nun nicht zu einem redaktionsschädigenden Abschotten der einzelnen Umwelten kommt, werden sogenannte Zwischensysteme (wie zum Beispiel Redaktionskonferenzen) entwickelt (vgl. Rühl 1979, 267ff). So ein Zwischensystem - wie eben eine Redaktionskonferenz - soll die dezentralen autonomen Entscheidungsprogramme der Ressorts koordinieren.

*„Redaktionskonferenzen sind organisationsinterne Kommunikationszusammenhänge, in denen aber auch Änderungen und Modulationen des Entscheidungsprogramms der einzelnen Ressorts sowie der Gesamtedaktion erörtert oder zumindest den Mitgliedern zur Kenntnis gebracht werden“ (Rühl 1979, 270).*

Damit rückt die Handlung ‚Entscheiden‘ als zentrales Element in den Focus der Redaktionsforschung. Rühl formuliert wie folgt:

*„Entscheiden ist als Elementarbereich der Redaktion erkannt worden (...). Redaktionelles Entscheiden, das Recherchieren, Redigieren, Schreiben sowie andere Handlungs- und Kommunikationsprozesse umfasst (...) – auch in ihren ‚elektronischen‘ Versionen (...) – führt mithin zu Produktionen, die Ergebnisse komplexer interner Entscheidungsprozesse sind. (...) Redaktionelle Entscheidungsprogramme wiederum werden in den einzelnen Redaktionen differenziert“ (Rühl 1989, 262 zitiert nach: Weischenberg 2004, 311).*

Allerdings bescherte insbesondere der Umweltbegriff und seine Interpretation Rühl Kritik. Für Rühl bestehen Umweltsphären ganz allgemein aus Massenkommunikationsmitteln, dem Publikum, Informanten, aber eben auch im Besonderen aus dem Verlagsunternehmen mit all seinen Organisationseinheiten, der Redaktion mit ihrem Personal sowie dem Presserecht (vgl. Rühl 1979, 176). Durch all das gewinnt das *„Handlungssystem Redaktion (...) eine eigene Identität“*<sup>32</sup> (Rühl 1979, 74).

Ulrich Hienzsch kritisiert hierbei besonders, dass Redaktionen eben gerade nicht von innen heraus existieren, *„sondern sie werden von außen eingerichtet“* (Hienzsch, 1990, 70), sie sind das schlichte Ergebnis fremder Handlungen.

Einige nachfolgende Redaktionsforscher haben den als zu ‚geschlossen‘ empfundenen Forschungsansatz von Rühl, der zum Beispiel auf Kosten der ‚Reali-

---

<sup>32</sup> In der Ausgabe von 1969 schrieb Rühl nicht ‚eigene Identität‘ sondern *„eigene Existenz“* (Rühl 1969, 39).

tätsnähe' gehe, geöffnet (vgl. Weischenberg 2004, 312), so die Forschungsstudie von Ilse Dygutsch-Lorenz im Bereich den öffentlich-rechtlichen Rundfunks (vgl. Dygutsch-Lorenz 1971).

## **8.2. (Hörfunk-) Redaktionen und ihre Organisationsprobleme**

Für ihre sehr umfangreiche Forschungsarbeit im Bereich Hörfunk wählte Ilse Dygutsch-Lorenz einen organisationssoziologischen Forschungsansatz (vgl. Dygutsch-Lorenz 1971, 10). Sie beobachtete zehn Monate die Hauptabteilungen ‚Politik und Zeitgeschehen‘ und ‚Nachrichten‘ im Bereich Hörfunk beim Bayerischen Rundfunk (vgl. Dygutsch-Lorenz 1971, 11f). In ihrer Studie kommt sie zu dem Ergebnis, dass die Programmabteilungen

*„ein hohes Maß an Freiheit hinsichtlich der Verwirklichung von jeweils „eigenartigen“ Programmkonzeptionen sowie der Ausgestaltung spezifischer redaktioneller Kooperations- und Koordinierungsformen“ (Dygutsch-Lorenz 1971, 121) haben.*

Bemerkenswert waren besonders einige Aussagen von Redakteuren, die diese These untermauern:

*„Wir sind doch alle Könige in unseren Abteilungen“; „Die Abteilungen sind autonom wie Kurfürstentümer im Heiligen Römischen Reich Deutscher Nationen“ (Dygutsch-Lorenz 121).*

Klaus Meier greift den Gedanken der Autonomie der einzelnen Abteilungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf und erklärt diesen Zustand mit der Tatsache, dass im Gegensatz zu Zeitungsredaktionen *„die Radio-Programmabteilungen über ihren eigenen Etat verfügen“ (Meier 2002, 27).*<sup>33</sup>

Spätere Forschungen zu diesem Thema unterstreichen die Ergebnisse von Dygutsch-Lorenz. In den 1980er Jahren benennt Oliver Fix in seiner Studie das Streben nach Autonomie in öffentlich-rechtlichen Rundfunkredaktionen als eine *„organisatorische Dysfunktion im Programmbereich“ (Fix 1988, 162)*, die sich in Form mangelnder Kommunikation und Koordination über Redaktion- bzw. Fachressortgrenzen hinweg äußert und in der Konsequenz zu thematischen und programmlichen Dubletten führt beziehungsweise im Umkehrschluss Themen übersehen und entsprechend nicht bearbeitet werden (Fix 1988, 162f).

---

<sup>33</sup> Die Info-Radios der ARD verfügen allesamt über einen eigenen Etat.

Der Kritik an

*„zu starker Aufgabendifferenzierung zwischen Fachredaktionen (...) steht aber der unbestreitbare Vorteil jeglicher Spezialisierung, nämlich die fachlich hochwertige Arbeitsleistung, entgegen“ (vgl. Ehlers 1997, 289),*

wie Renate Ehlers vom Hessischen Rundfunk formuliert. Sie schlägt daher zum einen vor, redaktionsübergreifende Teamarbeit systematisch zu fördern, zum anderen, dass es zu einer Abflachung der Hierarchien kommt, da es ohnehin gängige Praxis von Mitarbeitern ist, sich über Bereichsgrenzen hinweg selbst abzustimmen und damit den formellen Dienstweg zu umgehen (vgl. Ehlers 1997, 289ff).

Diese von Ehlers geforderten ‚flachen Hierarchien‘ sind bei den Privatradios Gang und Gäbe. Zwar gibt es in größeren Sendern ‚fachliche Spezialisierungen‘, damit sind aber mehr bestimmte Sonderinteressen einzelner Journalisten gemeint. Auch finden sich bei den Privatradios individuelle Zuständigkeiten, insbesondere auf Leitungsebene, aber die Organisationsstruktur insgesamt ist auf Durchlässigkeit ausgerichtet (vgl. Altmeyen 1999a, 109ff), es gibt kaum konkrete redaktionelle Zuständigkeiten (vgl. Rager, Werner, Weber 1992, 114) nach dem Motto: *„Jede/r macht Vieles“* (Altmeyen, Donges, Engels 1999b, 150).

Insgesamt haben sich die Privatradios von einer Themen-Strukturierung (durch Ressorts, Spezialisierung etc.) ihres Programms verabschiedet und arbeiten nach Maßgabe einer Stundenuhr, die Beitragsplätze vorsieht, die sich *„harmonisch in den Programmfluss einpassen müssen“* (Altmeyen 1999a, 184).

Die Ironie, so Altmeyen in seinem Fazit, besteht darin, dass die von der Redaktionsforschung eingeforderten Enthierarchisierung, Flexibilisierung und Ganzheitlichkeit (vgl. Hienzsch 1990, 296) in der Organisation von Redaktionen beim Privatfunk dazu führt, dass der Informationsjournalismus zugunsten unterhaltender und boulevardesker Programmformen zurückgedrängt wird (vgl. Altmeyen 1999a, 183). *„Damit entzieht man dem Journalismus sein zentrales Strukturmoment und eine wesentliche Ressource für die Arbeit“* (Altmeyen 1999a, 183).

Schon Ende der 1980er Jahre hatte Michel Krzermiski in seiner Forschungsarbeit über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk festgestellt, dass gerade diese thematische Spezialisierung der einzelnen Redakteure für bestimmte Sach- oder Problembereiche ihren Status innerhalb der Redaktion legitimiert und sie damit ihre Chancen auf Programmpräsenz erhöhen. Zugleich dient diese individuelle Themen-Zuständigkeit der Redaktion als Auswahlkriterium für die Vergabe von Aufträgen (vgl. Krzermiski 1987, 390).

Die von Rühl seinerzeit als zentrales Element der Redaktionsforschung ausgemachte Handlung ‚Entscheiden‘ hat auch die Hörfunk-Forscher beschäftigt, insbesondere im Bereich der Redaktionskonferenz (vgl. u.a. Dygutsch-Lorenz 1971, 150ff, Krzeminski 1987 102ff, Lublinski 250ff).

Nach Krzeminski ist die Redaktionskonferenz in erster Linie ein Informations- und Koordinierungsinstrument (vgl. Krzeminski 1987, 105), in dem inhaltliche, aber auch Personal- und Produktionsentscheidungen getroffen werden, nach dem Motto: Was steht auf der Agenda, welcher Bereich ist zuständig und wer ist für die inhaltliche Produktion kompetent.

Darüber hinaus erfüllt die Redaktionskonferenz weitere wesentliche Funktionen: Sie dient als Instanz der maßgeblichen Wertevermittlung für ansonsten in der Redaktion möglicherweise nur vage formulierte journalistische Grundsätze. Durch sie wird ein Gruppenkonsens hergestellt, der es allen Beteiligten zumindest teilweise erleichtert, auch einmal individuell als schwierig empfundene Entscheidungen mitzutragen. Schließlich wird auf solchen Konferenzen ein redaktionsinternes Themenklima herausgebildet (vgl. Krzeminski 1987, 104f). Kurz: *„Es bildet sich eine Redaktionsmeinung“* (Dygutsch-Lorenz 1972, 152).

Siegfried Weichenberg beschreibt in Anlehnung an Jürgen Prott (vgl. Prott 1976, 37) eine weitere – sicherlich nicht zu unterschätzende – Funktion der Redaktionskonferenz: Sie soll die Mitarbeiter ‚auf Linie‘ bringen, was *„durch die mehr oder weniger explizite Darlegung der Grundlinie des Mediums und durch die mehr oder weniger deutliche Reglementierung von Beiträgen der Redaktionsmitglieder“* (Weichenberg 2004, 332) geschieht.

Nun entsteht diese ‚Redaktionsmeinung‘ natürlich nicht nur auf der institutionalisierten Redaktionskonferenz, sondern, wie in Organisationen insgesamt üblich, auch und besonders auf informeller Ebene.<sup>34</sup> Nach Meier sind zum Beispiel *„informelle Absprachen im Verlauf des gesamten Arbeitstages“* (Meier 2002, 366) sogar wichtiger als die Redaktionskonferenz. Ähnlich sieht es Ehlers – wie schon erwähnt – in Bezug auf die gängige Praxis, den formalen Dienstweg zu umgehen (vgl. Ehlers 1997, 291). Auch bei Krzeminskis Studie wurden informelle Kommunikations- und Entscheidungsstrukturen (siehe Kapitel 7.3) in Redaktionen sichtbar. Er beobachtete eine *„übliche Praxis der innerredaktionellen Arbeitsteilung durch fachliche Spezialisierung“* (Krzeminski 1987, 106), die nicht grundsätzlich auf Grund einer formalen oder funktionalen Qualifizierung eines Redakteurs erfolgt, sondern durchaus auch, weil sich Redakteure ‚ihr‘ Spezialgebiet selbst definieren, sei es aus Interesse, Neigung oder weil sie auf eine entsprechende wissenschaftliche Ausbildung verweisen können. Damit werden sie sozusagen informell in den Stand eines ‚Fachmannes‘ respektive eines Fachredakteurs gehoben.

Jörg Michael Kastl nennt das eine *„informelle Karriere“* (Kastl 1994, 199). In seiner Studie weist er nach, dass in Rundfunkanstalten insbesondere die freien Mitarbeiter verschiedene Entwicklungsphasen (Anfänger, Routinier, bunter Profi, aktueller Profi) durchlaufen, bis sie fester Bestandteil einer Redaktion werden (vgl. Kastl 1994, 209ff). In dieser Zeit bereichern sie die Redaktion nicht nur durch Themenideen (Redaktion-Umwelt-Beziehung) und liefern journalistische Inhalte, sondern knüpfen *„individuelle Beziehungsnetzwerke“* und praktizieren – so weit es eben geht – eine Art *„Selbstqualifizierung“* (Lublinski 2004, 49), damit sie möglichst durch ihre stete Mitarbeit letztlich zum festen Personal-Bestandteil der Redaktion werden.

Für die Rundfunkanstalten ist diese freie Mitarbeit ökonomisch wie inhaltlich von Vorteil, denn durch gewährte Absicherungen und Vergünstigungen (Kranken-, Urlaubs- u. Rentenleistungen) binden sie die freien Mitarbeiter an sich, behalten aber gleichzeitig ein hohes Maß an personellem Entscheidungsspielraum. Jan Lublinski nennt diese Bindung von freien Mitarbeitern ein *„elegantes juristisches Manöver, das dazu dient, sich vor den gerichtli-*

---

<sup>34</sup> Darauf hat schon Niklas Luhmann hingewiesen (vgl. Luhmann 1976, 283ff).



*chen Klagen der freien Mitarbeiter auf Festanstellung zu schützen"* (Lublinski 2004, 48).

Diese Möglichkeiten im Umgang mit freien Mitarbeitern im Journalismus im Allgemein sowie im öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Besonderen (seit den 1990er Jahren) gehen Hand in Hand mit eher ökonomisch ausgerichteten Denkmustern bei der Organisation von Redaktionen. Wie Miriam Meckel es formuliert, lautet die Frage in Redaktionen in der Regel nicht mehr:

*„Welches Personal haben wir und was können wir damit machen?, sondern sie muss lauten: Was wollen wir erreichen und welches Personal wird dafür benötigt?“* (Meckel 1999, 66).

Auch in der Redaktionsforschung hat der betriebswirtschaftliche Blickwinkel Einzug gehalten. Es wird versucht, *„übergreifende ökonomische und journalistische Ziele zu formulieren und sie in eine Strategie umzusetzen"* (Brosda 2008, 291), zusammengefasst unter dem Begriff: Redaktionsmanagement (vgl. u.a. Meckel 1999, Weichler 2003, Böskens 2009).

Dieses auch in der Journalismusforschung anzutreffende ökonomische Denken korrespondiert mit der überwiegenden Haltung der deutschen Journalisten, die sich mehrheitlich in der Rolle des informierenden Vermittlers als in der Rolle des gesellschaftskritischen Kontrolleurs und Aufklärers sehen (vgl. Weischenberg, Malik, Scholl 2006, 106f).

Carsten Brosda konstatiert daher in seiner ausführlichen Studie über den ‚Diskursiven Journalismus‘, dass sich auf Grund der Fokussierung des Journalismus

*„auf die Produktion verkaufbarer kommunikativer Angebote, (...) auf der Handlungsebene kolonialisierende Effekte festmachen (lassen). Diese werden – ab einem gewissen Grad des Verlustes journalistischer Handlungsautonomie und Kommunikativität – auch auf gesellschaftlicher Ebene hinsichtlich der Leistungen des Journalismus für die Öffentlichkeit sichtbar. In der Regel ist der vermittelnde Journalismus (...) als Informationsjournalismus beruflich institutionalisiert worden, der nicht darauf ausgerichtet ist aufzuklären, sondern vorwiegend der kommerziell motivierten Auswahl und Verbreitung von Nachrichten dient"* (Brosda 2008, 291).

Deutlich wird hier die andauernde ‚innere Zerrissenheit‘ der Medien bei der Produktion journalistischer Inhalte zwischen journalistisch-professioneller Handlungsautonomie und ökonomisch administrativen Zwängen (vgl. Brosda 2008, 273 u. 289).

## **9. Relevante (Vor-) Erkenntnisse für diese Studie**

Die knappe Auseinandersetzung mit einigen Ergebnissen der Redaktionsforschung hat gezeigt, dass sich nicht nur die Organisation von journalistischen Redaktionen, sondern auch der wissenschaftliche Blickwinkel darauf im Laufe der Jahre verändert hat.

Egal, ob nun streng systemtheoretisch oder mit erweitertem Focus, die Ergebnisse belegen, dass Redaktionen aus einem komplexen Beziehungsgeflecht bestehen, innerhalb wie außerhalb ihrer Grenzen. In diesem Beziehungsgeflecht ‚Redaktion‘ findet der journalistische Arbeitsprozess statt, darin enthalten auch die Recherche. Das heißt, wer nach den Faktoren fragt, die journalistische Recherche beeinflussen und prägen, um letztlich das redaktionelle Rechercheklima erfassen zu können, der muss – um in der Metapher zu bleiben – die einzelnen Fäden des Beziehungsgeflechtes ‚Redaktion‘ lokalisieren und gegebenenfalls ihre Knoten lockern.

Im Zusammenhang mit der Auswertung des Forschungsstandes über journalistische Recherche (siehe Kapitel 2) bilden die institutionellen, politischen und professionellen ‚Fäden‘ den Rahmen für diese Untersuchung. Das heißt, diese drei ‚Fäden‘ werden bei der Erforschung des Rechercheklimas der öffentlich-rechtlichen Inforadios maßgeblich sein.

Die Redaktionsforschung hat gezeigt, dass die Frage nach (institutionalisierter) Autonomie einer Redaktion bedeutend ist. Welche Rolle spielt eine Inforadio Redaktion zum Beispiel im Verbund der Rundfunkanstalt (Stichwort: Sinnvermittlung; siehe Kapitel 7.2) und welche Entscheidungen darf sie bezüglich ihrer journalistischen Recherche treffen (Stellung gegenüber Funkhäusern, anderen Redaktionen/Wellen, Gremien etc.)? Welche Hierarchien (auch informelle) werden sichtbar, zum Beispiel auf der ‚Redaktionskonferenz‘ als eine Art institutionalisierter Informations- und Verabredungsplattform (Stichwort Kommunikation; siehe Kapitel 7.3)? Inwieweit beeinflusst die finanzielle und damit einhergehend die personelle Ausstattung einer Inforadio-Redaktion Entscheidungen über Recherche?

Der politische ‚Faden‘ taucht auch in der Redaktionsforschung immer wieder auf. Es geht um das Rollenselbstverständnis der Journalisten, um ihre Hal-

tung (siehe Kapitel 7.1). Was bedeutet im öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit seinem gesellschaftspolitischen Auftrag der - heutzutage übliche - gemanagte Informationsjournalismus für die journalistische Recherche (siehe dazu auch Kapitel 3)?

Schließlich spielt für diese Studie noch der professionelle ‚Faden‘ eine Rolle. Die entsprechenden Ergebnisse der Redaktionsforschung haben gezeigt, dass in modernen Redaktionen ‚Viele Vieles‘ machen und es diverse Möglichkeiten gibt, wie und warum ein Journalist für einen Themenbereich (z.B. Terrorismus) ein journalistisches Genre (z.B. Reportage) oder eine journalistische Methode (z.B. Recherche) als Spezialist (Fachredakteur) gilt. In Bezug auf die journalistische Recherche stellt sich somit die Frage nach den vorhandenen Sach- und Fachkompetenzen bei den Inforadio-Journalisten und die Frage danach, ob es in der jeweiligen Redaktion Recherche-spezifische-Förderung gibt.

Neben den drei ‚Leit-Fäden‘ hat die bislang erhobene Redaktionsforschung gezeigt, dass besonders der Bereich der informellen Kommunikation eine bedeutende (möglicherweise sogar verknüpfende) Rolle spielt. Die ‚Redaktionsmeinung‘ zum Beispiel entsteht kaum in nur formalisierten Begegnungen der Journalisten, sondern mindestens anteilig - salopp formuliert - auf den Redaktionsfluren: Im Kollegengespräch über Inhalte, Personen, Gerüchte etc. Dieses ‚Informelle‘ (siehe Kapitel 7.3) schafft eine Art Redaktions-Atmosphäre. Insofern wird darauf auch in dieser Studie stark zu achten sein. Wo und wie werden Verabredungen in Sachen Recherche getroffen, wer spricht wann mit wem? Welche Bedeutung hat Vertrauen in Kompetenzen und / oder Personen? Wie und wann wird mit positiver wie negativer Kritik umgegangen?

Das Beziehungsgeflecht Redaktion lässt sich demnach als Wirkungsgefüge fassen, das einerseits aus den einzelnen miteinander verknüpften institutionellen, politischen und professionellen Faktoren besteht, andererseits zusätzlich aus darauf einwirkende informelle Faktoren. Das heißt, für die Erforschung von journalistischer Recherche ist es sinnvoll, neben den drei Leit-Faktoren (Fäden) den Blick für ‚atmosphärische Zustände‘ einer Redaktion zu öffnen.

## **TEIL III: Forschungsfrage, -feld, -methode**

### **10. Leitende Forschungsfragen**

Diese Arbeit basiert auf der Annahme, dass in jeder journalistischen Redaktion ein Rechercheklima herrscht, das sich durch die Identifikation einzelner Faktoren beschreiben lässt. Für diese Identifikation knüpft diese Untersuchung an die vorhandene Forschung an. Nach Auswertung der einschlägigen Literatur (siehe Kapitel 2) lässt sich festhalten, dass journalistische Recherche in deutschen Redaktionen sowohl in der Kommunikationswissenschaft als auch im Journalismus selbst als Mangelware beschrieben wird. Die Gründe, die zu diesem Mangel geführt haben, lassen sich in drei Bereiche gliedern:

Zum Ersten handelt es sich um Einflussfaktoren auf institutioneller Ebene (vgl. u.a. Meckel, Draht 2001, 34-38; Machill, Gerstner 2008), das heißt, dass es in deutschen Redaktionen für Recherche keine nennenswerten Strukturen gibt und Recherche als eigenständige Einheit nur sehr selten innerhalb einer Redaktion institutionalisiert ist.

Zum Zweiten liegen die Gründe in politischen Einflussfaktoren (vgl. u.a. Redelfs 2003; Preger 2004; Cario 2006; Redelfs 2007, 131-151). Das bedeutet, dass sich aus dem speziellen politischen Gefüge der Bundesrepublik Deutschland institutionelle Rahmenbedingungen ergeben, die in einer Wechselwirkung mit Haltung und Rollenselbstverständnis deutscher Journalisten stehen und dass diese Haltung – sich aus der Wechselwirkung ergebend – nicht oder nur wenig in Richtung ‚Aufklärung‘ entwickelt ist.

Zum Dritten liegen die Gründe im Bereich der professionellen Einflussfaktoren (vgl. u.a. Langenbucher 1980; Weischenberg, Malik, Scholl 2006; Pöttker, Schulzki-Haddouti 2007), dies wiederum heißt, dass im deutschen Journalismus anstelle von Recherche als einer Technik der gesellschaftlichen Emanzipation häufig PR-generiertes Newsmanagement betrieben wird.

Die eben genannten Bereiche der institutionellen, politischen und professionellen Einflussfaktoren bilden die Grundlage bei der Identifikation der wesentlichen Faktoren, die das Rechercheklima bestimmen. Dies wird am Fallbeispiel der ARD Inforadios dargestellt. Dabei wird unter der Metapher ‚Klima‘ ein komplexes Phänomen gefasst, das die bisherige Forschung um ein Verständnis von den atmosphärischen Zuständen und Vorgängen in einer Redaktion erweitert.

Die Annahme ist, dass im Zusammenspiel der identifizierten Einflussfaktoren ein atmosphärisches Wirkungsgefüge sichtbar wird. Das Rechercheklima ist demnach in seiner Gesamtheit mehr als die Summe der die Recherche beeinflussenden Einzelfaktoren, denn es berücksichtigt, dass neben formalen Strukturen auch atmosphärische Zustände und Vorgänge in einer Redaktion einen bedeutenden Einfluss auf den Zustand von Recherche haben (siehe Kapitel 7 und 9).

Um nun dieses komplexe Wirkungsgefüge untersuchen zu können, sollen konkret folgende Fragen die Forschungsarbeit leiten:

1. Welche institutionellen, politischen und professionellen Einflussfaktoren lassen sich in Bezug auf Recherche bei den ARD Inforadios ermitteln?
2. Lässt sich aus den ermittelten Einflussfaktoren ein atmosphärisches Wirkungsgefüge ableiten?
3. Welche spezifischen Rechercheklimata ergeben sich aus dem atmosphärischen Wirkungsgefüge für die ARD Inforadios?

Das Ziel dieser Untersuchung sind das detaillierte Erfassen und die Interpretation der wesentlichen Einflussfaktoren von Recherche bei den ARD Inforadios, um dadurch deren spezifische Rechercheklimata beschreiben zu können. Die Hoffnung ist, am Ende der Untersuchung aus dem empirischen Material (erste) Bausteine einer Theorie für das Phänomen Rechercheklima entwickeln zu können. Damit soll anknüpfenden Forschungen eine Grundlage geliefert werden, um Mechanismen oder Werkzeuge zu erarbeiten, mit deren Hilfe das Potential von Recherche in deutschen Redaktionen unterstützt und verbessert werden kann.

Die Relevanz dieser Studie ist einerseits vor dem Hintergrund der (aktuellen) Mediendebatte über den Wert der Recherche als Überlebensstrategie des Journalismus im Allgemeinen zu sehen (siehe Kapitel 3), andererseits vor dem Hintergrund des gesellschaftspolitischen Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (siehe Kapitel 4) und der daraus ableitbaren Forderung, in journalistischer Recherche tatsächlich einen Mehrwert, oder besser: einen Wert an sich zu sehen.

## 11. Forschungsfeld – ARD Inforadio

Diese Dissertation ist als Feldforschung angelegt und untersucht als Fallbeispiel den Bereich der Inforadios der ARD, die als Spartenprogramme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wesentlich den Informationspart des Grundversorgungsauftrags bedienen. Damit ist Recherche für die Inforadios politisch-institutionell verpflichtend (siehe Kapitel 4).

Insgesamt gibt es in der ARD fünf Inforadios (Stand Februar 2011): B5 vom Bayerischen Rundfunk ging als erstes Nachrichtenprogramm 1991 auf Sendung, 1992 folgte MDR-Info, 1995 das Berliner Inforadio von SFB und ORB (heute RBB), seit 1998 sendet NDR Info, 2004 folgte HR Info vom Hessischen Rundfunk (vgl. Riederer 2008, 69-75)<sup>35</sup>.

In der Untersuchung wird das Hauptaugenmerk auf zwei Inforadios gelegt, bei denen schon im Vorfeld deutliche Unterschiede erkennbar sind, so dass sie gewissermaßen als Prototypen gelten können: Zum einen ist es das Inforadio vom NDR, das mit einem institutionalisierten Recherchepool ausgestattet ist, einer Programmstruktur, die einerseits eine Nachrichten-Erneuerung im 15-Minuten-Takt kennt, andererseits allerdings auch unterbrochen wird durch Magazinsendungen (Mittag und Nachmittag) und andere Programmformate am Abend sowie am Wochenende. Das Inforadio vom RBB hingegen hat keinen institutionalisierten Recherchepool, sendet 24-Stunden im 20-Minuten-Takt. Besondere Programmplätze fügen sich in diese Struktur.

Die Inforadios vom MDR und vom HR sind in Anlehnung an die eben genannten zwei Sender ähnlich strukturiert – MDR Info sendet 24-Stunden wie die Kollegen in Berlin, allerdings wie in Hamburg im 15-Minuten-Takt, und HR Info sendet im 20-Minuten-Takt, allerdings mit besonderen Programmplätzen am Abend und am Wochenende. Die Inforadios vom MDR und vom HR dienen der Untersuchung als Verbreiterung der Datenbasis.

---

<sup>35</sup> Seit Anfang 2012 sendet SRW Info, früher SWR Cont.ra. Dieser Sender konnte für die empirischen Erhebung im Frühjahr 2011 nicht herangezogen werden, da er zu der Zeit auf Grund seiner Struktur sowie seinem Verbreitungsweg (nur Internet) nicht vergleichbar war.

Der Zugang zum Untersuchungsfeld erfolgte mit Hilfe eines sogenannten ‚door-openers‘: Durch die langjährige Tätigkeit des Autors beim Berliner Inforadio<sup>36</sup> besteht eine beruflich-freundschaftliche Bekanntschaft mit dem bis Ende 2010 amtierenden Chefredakteur, der in einer Email seine Kollegen bat, die (schriftliche) Bitte des Autors um Unterstützung seines Forschungsvorhabens, wohlwollend zu prüfen. Dankenswerterweise kamen die Zusagen der anderen Chefredakteure und Chefredakteurinnen prompt<sup>37</sup>.

---

<sup>36</sup> Tätigkeit für das Berliner Inforadio von 1996 bis 2000.

<sup>37</sup> Die Chefredakteurin von der bayerischen Infowelle B5 konnte eine Zusammenarbeit leider nicht ermöglichen, mit Verweis auf eine sehr zeitaufwendige technische Umrüstung des Senders.

## **12. Forschungsmethoden – Beobachtung und Befragung**

Um Faktoren ermitteln zu können, die für ein Rechercheklima relevant sind, werden hier die empirischen Methoden der Beobachtung und Befragung kombiniert, denn *„Befragung und Beobachtung liefern Hinweise auf zwei getrennte Ebenen, die einander kontrollieren und ergänzen“* (Lublinski 2004, 37f). Erwartet wird daher, dass sich durch diese Methodenverknüpfung Widersprüche aufdecken lassen (vgl. Lublinski 2004, 37) und dadurch letztlich ein umfassenderes Bild von Rechercheklima beschrieben werden kann.

Eine Programmanalyse respektive Inhaltsanalyse einzelner Beiträge wäre für diese Untersuchung insofern wenig sinnvoll, als der präsentierte Inhalt eines Radiobeitrages im Nachhinein nichts über den Prozess journalistischer Recherche verrät (vgl. Quandt 2005, 165).

### **12.1. Forschungsmethoden und ihre Güte**

Da der Bereich Rechercheklima im öffentlich-rechtlichen Rundfunk bislang in dieser Art und in dem Feld ARD Inforadios noch nicht erforscht wurde, geht diese Untersuchung explorativ vor und fällt somit in den Bereich der interpretativen Sozialwissenschaft (vgl. Kromrey, Strübing 2009, 65ff), der gerne – gerade aus quantitativer Perspektive – *„Willkür oder Beliebigkeit“* (Lamnek 2005, 147) und damit *„latent so etwas wie Unwissenschaftlichkeit vorgeworfen“* (Girtler 1992, 30) wird. Ohne sich von diesem Vorwurf zu sehr irritieren zu lassen und ohne gleich auf Paul Feyerabends Ansatz des *„methodologischen Anarchismus“* (vgl. Feyerabend 1976) zurückzugreifen, muss sich natürlich auch die interpretativ orientierte Forschung mit der Frage nach der Güte ihrer Untersuchungsmethoden auseinandersetzen.

*„Da es das erklärte Ziel jeder Forschungstätigkeit ist, Unbekanntes aufzudecken und erkennbar zu machen, müssen Begriffe, theoretische Ansätze und Methoden so konzipiert sein, dass es mit ihrer Hilfe möglich ist, Unbekanntes zu erfassen“* (Lamnek 2005, 145).

Für die Entscheidung, welche Untersuchungsmethoden den Forscher letztlich an sein Erkenntnisziel bringen und damit ‚angemessen‘ sind, spielen der Forschungsgegenstand und das darüber vorhandene Vorwissen des Forschers eine gewichtige Rolle. Diese Faktoren bedingen einander und bilden daher eine Einheit (vgl. Lamnek 2005, 145).



Das gilt auch für diese Studie: Der Autor hat über mehrere Jahre für das Berliner Inforadio in verschiedenen journalistischen Funktionen gearbeitet. Durch diese Tätigkeit ist ein entsprechend fundiertes Vorwissen über die Arbeits- und Funktionsweise eines Inforadiosenders vorhanden. Mit diesem Hintergrundwissen wurde sowohl das Erkenntnisinteresse formuliert als auch die Entscheidung getroffen, mit welchen empirischen Methoden das Forschungsziel am ehesten erreicht werden kann.

Da sich in der Sozialwissenschaft nachhaltig die Erkenntnis durchzusetzen scheint, dass die drei wesentlichen Gütekriterien Validität<sup>38</sup>, Reliabilität und Objektivität der quantitativen Forschung für die qualitative Perspektive wenig tragfähig sind (vgl. Girtler 1992; 30ff, Lamnek 2005; 142ff, Froschauer 2009, 199ff), sollen in Anlehnung an Philipp Mayring und Uwe Flick in dieser Studie die Gütekriterien Verfahrensdokumentation, Argumentative Interpretationsabsicherung und Triangulation verwendet werden (vgl. Mayring 2002, 144ff; Flick 2009, 320f).

Während im Journalismus ‚die Kunst des Weglassens‘ eine Tugend sein soll, wird die Tugend einer guten Verfahrensdokumentation in einer detaillierten Deskription liegen. Das betrifft die Darlegung des Vorwissens, die Zusammenstellung des Analyseinstrumentariums sowie die Durchführung und Auswertung der Datenerhebung (vgl. Mayring 2002, 144f). Dahinter steckt die Idee, dass Forschung durch Transparenz nachvollziehbar und damit glaubwürdig wird. Damit alle Schritte der Untersuchung nachvollziehbar bleiben, wird es darauf ankommen, so umfänglich wie nötig, dabei aber so knapp wie möglich zu dokumentieren.

Für die Argumentative Interpretationsabsicherung kommt es darauf an, schon während der Auswertung nachvollziehbare Argumente zu sammeln, um schließlich eine in sich schlüssige Interpretation liefern zu können. Wo Brüche entstehen oder Gegendeutungen möglich sind, müssen diese benannt und erklärt werden (vgl. Mayring 2002, 145). Dabei muss bedacht werden, dass schon die Annahme eines Rechercheklimas ein interpretativer Akt ist,

---

<sup>38</sup> Siegfried Lamnek setzt sich ausführlich mit dem unterschiedlichen Verständnis des Begriffs Validität in der quantitativen und qualitativen Sozialwissenschaft auseinander (vgl. Lamnek 2005, 148ff).

der mit der Beobachtung und der Befragung fortgesetzt wird. Die Problematik besteht hier darin, Zirkelschlüsse zu vermeiden, denn schon die Annahmen im Vorfeld des empirischen Parts beruhen auf Interpretationen. Das betrifft insbesondere die Annahme, dass überhaupt ein Rechercheklima in den Sendern besteht. Es wird – wie erwähnt – davon ausgegangen, dass Rechercheklima einen Zustand beschreibt, der gewissermaßen mehr ist als die Summe seiner Teile. Die Fähigkeit, ein Rechercheklima zu beschreiben, resultiert demnach aus den empirischen Ergebnissen von Beobachtungen und Befragungen und deren Interpretation.

Die Güte des Triangulationsansatzes besteht darin, für die Fragestellung unterschiedliche Lösungswege zu entwerfen. Dabei entsteht die eigentliche Qualität aus der Nicht-Vergleichbarkeit, denn es werden Daten und/oder Theorien, die ursprünglich nicht zusammengehören, am Ende zu einem kaleidoskopartigen Bild zusammengesetzt und interpretiert (vgl. Mayring 2002, 147f). Die Stärke dieser Vorgehensweise liegt darin, dass die unterschiedlichen Theorien und/oder Methoden sich gegenseitig befruchten. Hingegen liegt die Schwäche dieses Ansatzes darin, dass die Nicht-Vergleichbarkeit ein in sich widersprüchlicher Qualitätsmaßstab ist. Diese Studie wird im Bewusstsein der bestehenden Schwierigkeiten auf der empirischen Ebene zwei Untersuchungsmethoden kombinieren. Dieser Methodenmix soll einerseits die Datenmenge erhöhen und sich damit inhaltlich ergänzen, andererseits die Möglichkeit einer Art von Kontrolle bieten.

Es wird erwartet, dass durch die konsequente Anwendung der genannten Gütekriterien ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit der Ergebnisse hergestellt werden kann.

## **12.2. Historie und Relevanz**

Um zu verdeutlichen, warum sich die empirischen Methoden Beobachtung und Befragung in der Kommunikationswissenschaft – als Teil der Sozialwissenschaft – und spezieller noch in der Journalismusforschung sehr gut etablieren konnten (vgl. Meier 2007, 53) und warum sie für diese Untersuchung angewendet werden, soll ein kurzer Blick auf ihre Historie geworfen werden.

Ursprünglich sind die Beobachtung und die Befragung Methoden der Ethnologie. Das Leben anderer Völker und Kulturen sollte insbesondere durch das Beobachten verstehbar werden. Notwendig für diese Forschung war das Eintauchen der Wissenschaftler in den Alltag der fremden Völker. Nur durch das Erlernen ihrer Sprache und Gebräuche etc. sollte das Ungewohnte, kurz: fremder Lebenswelten verstehbar werden. Dabei wurde die (teilnehmende) Beobachtung durch Gespräche ergänzt (vgl. Scheuch 1973, 71; Lublinski 2004, 37).

Aber nicht nur Ethnologen, auch zum Beispiel Soziologen, Erziehungswissenschaftler, Politikwissenschaftler, Kommunikationswissenschaftler und Psychologen verwendeten die Methoden der Beobachtung und Befragung.

Als Vorläufer der heutigen sozialwissenschaftlichen Beobachtung wird in der einschlägigen Literatur die Social Survey englischer Tradition gesehen, beispielsweise die Studie von Friedrich Engels „*Zur Lage der arbeitenden Klasse in England*“<sup>39</sup> aus dem Jahr 1845 (vgl. Diekmann 2007, 104; Atteslander, Cromm 2008, 68). Der eigentliche Beginn der sozialwissenschaftlichen Feldbeobachtung wird der sogenannten Chicagoer Schule der 1920er und 1930er Jahren zugeschrieben, die sich systematisch mit der sozialen Wirklichkeit in amerikanischen Großstädten beschäftigte (vgl. Lamnek 2005, 547; Atteslander, Cromm 2008, 68).

*„Bezeichnenderweise war es mit Robert Ezra Park ein ehemaliger Journalist, der als Protagonist dieser sozial-ökologisch ausgerichteten Soziologie die Technik des „Herumstöberns“ oder „Herumschnüffeln“ („nosing around“) schließlich in den Kanon wissenschaftlicher Methoden aufnahm“ (Klammer 2005, 210, Hervorhebungen im Original).*

Die Chicagoer Schule „zeichnete sich durch ihre prinzipielle Offenheit für alle Methoden aus (...) und vermied es, sich einem wissenschaftlichen Paradigma zu unterwerfen“ (Klammer 2005, 210). Mit den Jahren integrierte sie allerdings zunehmend auch quantitative Verfahren in die Beobachtungstechniken (vgl. Gehrau 2002, 18; Diekmann 2007, 111; Atteslander, Cromm 2008, 69).

In den letzten Jahrzehnten wird die Methode der Beobachtung besonders bei Untersuchungen von Organisationen verwendet.

---

<sup>39</sup> Ein Neudruck der Originalausgabe wurde 1970 von D. Rjzanov herausgegeben (vgl. Engels, Rjzanov, Marx 1970).

*„So werden Mitglieder und deren Rolle(n) identifiziert, oder Hierarchien, Entscheidungsprozesse, Arbeitsabläufe, Regeln und/oder Routinen durch eine Beobachtung entdeckt“ (Klammer 2005, 196).*

Die Idee, insbesondere Arbeitsabläufe zu beobachten, stammt zum Teil aus den Wirtschaftswissenschaften zum Teil aus der Psychologie. Ziel der Studien über Organisationen war, die Arbeitseffektivität der Mitarbeiter zu steigern. Dafür wurde minutiös festgehalten, wer, was wann mit welchem Ergebnis getan hatte (vgl. Gehrau 2002, 106).

Dieser Ansatz wurde auch in der Journalismusforschung aufgegriffen, um zum Beispiel die Arbeitsweisen und latenten Strukturen in Redaktionen zu untersuchen (vgl. Klammer 2005, 196).

*„Dabei ging die Forschung aber weit offener vor, als es in der Forschung zur Arbeitsorganisation üblich war, da journalistische Arbeit weniger festgelegt abläuft als z.B. die Fließbandarbeit in der Industrie“ (Gehrau 2002, 106).*

Die Verwendung der Befragung als Instrument der Wissenschaft wird ungefähr auf das ausgehende 18. Jahrhundert datiert. Wesentliche Impulse für die Entwicklung dieser Erhebungsmethode kamen von Max Weber (1864-1920), der um 1910 an einer ‚Soziologie des Zeitungswesens‘ arbeitete und von Paul F. Lazarsfeld (1901-1976), der u.a. 1931 mit der Befragung von Radio-Hörern bekannt wurde und damit als Gründer der Rezipientenbefragung gilt.

Besonders bei der Meinungsforschung ist die Methode der Befragung von großer Bedeutung. Als Vorläufer kann wohl die erste empirische Umfrage im Vorfeld der US-Präsidentenwahl 1824 angesehen werden (vgl. Scholl 2009, 15ff). Ihren Siegeszug trat die repräsentative Umfrage Mitte der 1930 Jahre an, seitdem hat sich die Markt- und Meinungsforschung in allen industrialisierten Gesellschaften etabliert (vgl. Atteslander, Cromm 2008, 101).

Insbesondere für die Entwicklung der qualitativen Befragung als sozialwissenschaftliche Methode sind noch die besonderen Einflüsse aus dem Bereich der Psychologie erwähnenswert. In den 1940er Jahren wurde mit dem Konzept des sogenannten ‚weichen Interviewens‘ gearbeitet. Die Idee stammte aus der ‚Patienten-orientierten Psychotherapie‘ und sah als Voraussetzung für ein erfolgreiches Interview die vertrauensvolle, emotionale Beziehung zwischen den Gesprächs-Partnern an (vgl. Scheuch 1973, 73).

Mit Hilfe der empirischen Methoden Beobachtung und Befragung werden seit langer Zeit erfolgreich die soziale Wirklichkeit und das soziale Handeln von Menschen untersucht. Im Laufe der Jahre haben sich in der Journalismusforschung besonders drei Bereiche herauskristallisiert, in denen die Methoden angewendet werden: Untersuchungen von journalistischen Redaktionen, in denen gehandelt wird, von publizistischen Produkten, in Bezug auf die gehandelt wird oder von Journalisten, die als Akteure handeln (vgl. Gehrau 2002, 106).

### 13. Forschungsmethode – Teilnehmende Beobachtung

Schon Anfang der 1970er Jahre klassifizierte Jürgen Friedrichs die wissenschaftliche Beobachtung nach dem Grad ihrer Teilnahme und ihrer Systematik (vgl. Friedrichs 1977, 272). Für ihn handelt es sich „um Kontinua“ (Friedrichs 1977, 273), die sozusagen skalierbar sind. Sie werden in der Regel miteinander kombiniert, wie u.a. die Beispiele der Studien ‚Journalisten im Netz‘ von Thorsten Quandt (vgl. Quandt 2005) und ‚Journalistische Recherche im Internet‘ von Marcell Machill u.a. (vgl. Machill, Gerstner 2008) zeigen.

Eine journalistische Redaktion in all ihren Facetten und Ausprägungen lässt sich am ehesten ‚mittendrin‘, also teilnehmend beobachten. So bekommt der Forscher „einen direkten, ungefilterten Einblick in das journalistische Handeln“ (Quandt 2005, 166).

Bei der nichtteilnehmenden Beobachtung steht der Beobachter außerhalb des Beobachtungsfeldes und erlebt das Geschehen aus einer passiven Position heraus (vgl. Klammer 2005, 202). Das wäre in einer Redaktion räumlich kaum zu lösen.

Insofern gilt in der qualitativen Sozialforschung die teilnehmende Beobachtung als klassische Erhebungsmethode.

*„Die teilnehmende Beobachtung ist die geplante Wahrnehmung des Verhaltens von Personen in ihrer natürlichen Umgebung durch einen Beobachter, der an den Interaktionen teilnimmt und von den anderen Personen als Teil ihres Handlungsfeldes angesehen wird“ (Friedrichs 2009, 288).*

Der Vorteil der teilnehmenden Beobachtung besteht darin, „dass sie dem Forscher einen vergleichsweise authentischen Zugang zur Beobachtung und Analyse sozialer Prozesse in **real-life-Situationen** verschafft“ (Krzeminski 1987, 65, Hervorhebungen im Original). Problematisch an eben dieser Unmittelbarkeit ist die mögliche Beeinflussung der zu beobachtenden real-life-Situation durch den Beobachter selbst. Dieser wird als Fremder wahrgenommen, dem gegenüber ‚man‘ sich auf die eine oder andere Weise verhält.

*„Es entsteht eine kontrollierte Situation, die spontanes Verhalten unwahrscheinlich macht, da die Beobachteten beginnen, die Situation zu reflektieren“ (Gehrau 2002, 33).*

Die Frage ist, wie lange reflektieren die Beobachteten die Situation, empfinden den Beobachter als Fremdkörper und verhalten sich entsprechend?

Nach Gehrau stören oder fallen Beobachter weniger auf, „*je aktiver sie am Geschehen beteiligt sind*“ (Gehrau 2002, 33), umso größer ist allerdings gleichzeitig die Gefahr der Beeinflussung. Dagegen ist bei einer passiven Teilnahme der Beobachter zwar in das Geschehen involviert, „*versucht dieses aber nicht zu beeinflussen*“ (Gehrau 2002, 33).

Realisiert wird in dieser Untersuchung die passiv teilnehmende Beobachtung, bei der der Beobachter mit Mimik und Gestik, sowie durch verbale Kommunikation - etwa in Form einer Verständnisfrage - am Geschehen teilnimmt, aber weder neuen Inhalt liefert noch sich inhaltlich positioniert (vgl. Gehrau 2002, 33).

### **13.1. Fallstricke**

Dass der Autor dieser Studie sowohl bei dem Berliner Inforadio als auch bei NDR Info als Journalist bekannt ist, bietet die Chance, mit den zu beobachtenden Journalisten auf ‚Augenhöhe‘ zu kommunizieren, ein sogenanntes ‚research-up‘ bzw. ‚research-down‘ (vgl. Bachmann 2002, 334) kann somit vermieden werden.

Durch diese ‚Augenhöhe‘ entsteht für den Forscher möglicherweise das Problem, während der Untersuchung von der „*Teilnahme zur Anteilnahme*“ (Atteslander, Cromm 2008, 96) zu geraten. Das wird in der Literatur mit dem Begriff ‚going native‘ (vgl. Girtler 1992, 63ff; Lamnek 2005, 261) beschrieben. Sowohl bei Girtler als auch bei Atteslander wird dazu die These aufgestellt, dass die Forderung nach Distanz zum Untersuchungsobjekt meist in der Bequemlichkeit oder Angst des Forschers begründet liegt, nicht zu intensiv von der Problematik der Beobachteten oder des Feldes berührt zu werden (vgl. Girtler 1992, 64; Atteslander, Cromm 2008, 96). Diese Ansicht teilt der Autor.

Auch die Befürchtung, dass durch die Beobachtung selbst womöglich eine Verfälschung der Untersuchung entsteht, kann entkräftet werden, da in Medienorganisationen häufig Praktikanten, Hospitanten und Volontäre ‚alte Hasen‘ bei ihrer Arbeit begleiten und beobachten (vgl. Quandt 2005, 173; Machill, Gerstner 2008, 63) und für diese Journalisten damit eine Beobach-

tungssituation nicht neu ist. Außerdem werden unter Produktionsdruck stehende Journalisten wohl kaum *„ein radikal anderes, zeitaufwändigeres Rechercheverhalten an den Tag legen“* (Machill, Gerstner 2008, 62).

Eines der wesentlichen Probleme bei der teilnehmenden Beobachtung ist die selektive Wahrnehmung. Damit wird die Tatsache beschrieben, dass ein Beobachter a) nicht alle vor seinen Augen und Ohren stattfindenden Umweltreize aufnehmen kann, sondern nur einen Teil davon, und b) *„dass man tendenziell vor allem das erkennt, was man zu erkennen hofft“* (Kromrey, Strübing 2009, 74).

Wie ein Beobachter selektiert, wird von seinen Erfahrungen, Vorstellungen, vorherigen Beobachtungen oder auch Vorurteilen beeinflusst, und ist daher entsprechend individuell geprägt.

Analytisch betrachtet beginnt die ‚Selektion der Wahrnehmung‘ bereits vor der eigentlichen Beobachtung, wenn festgelegt wird, was überhaupt beobachtet werden soll. Hier gibt es noch ein gewisses Maß an Kontrolle und damit an Reliabilität. Während und nach dem Prozess der Beobachtung, bei der Protokollierung und oder Erinnerung, setzt sich die ‚selektive Wahrnehmung‘ fort, Kontrollmöglichkeiten sind nur noch gering oder gar nicht vorhanden. Schon die Auswahl der Begrifflichkeiten kann zu einer Verzerrung der Beobachtung führen, allein schon wegen der denotativen und konotativen Bedeutung von Worten. Als bekanntes Beispiel sei hier das ‚halbvoll‘ bzw. halbleere Wasserglas genannt (vgl. Klammer 2005, 205; Atteslander, Cromm 2008, 96).

*„Die Qualität einer wissenschaftlichen Beobachtung hängt davon ab, inwieweit es gelingt, die subjektiven Einflüsse bei der Selektion der Beobachtungsgegenstände zu reduzieren“* (Klammer 2005, 205).

Dazu werden in der einschlägigen Literatur verschiedene Vorschläge genannt: Schulung der Beobachter (vgl. Schnell 2005, 404f), das Vergleichen verschiedener Beobachtungen zu unterschiedlichen Zeiten oder zu ähnlichen Ereignissen (vgl. Friedrichs 1977, 287f), strikte Neutralität des Beobachters (vgl. Kromrey, Strübing 2009, 74) oder eine gute Vorbereitung auf die Rolle des Beobachters (vgl. Klammer 2005, 206) um hier nur einige zu nennen.

Allerdings wird in der Sozialwissenschaft diskutiert, ob es denn das Gegenteil von Selektivität, also Vollständigkeit bzw. Totalität, bei Wahrnehmungen ge-



ben kann. Gibt es die Möglichkeit der perfekten, allumfassenden Wahrnehmung, die nicht durch eine - wie auch immer - geartete subjektive Selektion das Bild verzerrt?

Während einige Autoren auf die Selektivität der Wahrnehmung als verzerrendes Moment verweisen, gibt es Sozialwissenschaftler, für die jede Beobachtung eine „*immer durch Vorwissen oder Vorabinformation geprägte Wahrnehmung*“ (Lamnek 2005, 591) ist, sodass niemals eine Vollständigkeit der Wahrnehmung möglich ist, was die Frage nach der Verzerrung ins Leere laufen lässt (vgl. Dechmann 1978, 87).

Um die mögliche Selektivität der Wahrnehmung – so gut es eben geht – zu minimieren, wird für die teilnehmende Beobachtung der Redaktionen ein Leitfaden erstellt, der im Grad seiner Systematik zwar durchaus vorgibt, was beobachtet werden soll, aber nicht wie.

Diese ‚eher‘ unsystematische Beobachtung lässt „*dem Beobachter die Möglichkeit, das Beobachtete nach seinen Vor-Ort-Erfahrungen zu bewerten und zu interpretieren*“ (Gehrau 2002, 39). Außerdem besteht weniger als bei der systematischen Beobachtung die Gefahr, interessante Aspekte zu übersehen (vgl. Klammer 2005, 202), da zu der „*Widersprüchlichkeit sozialer Wirklichkeit*“ (Atteslander, Cromm 2008, 71) eine sich reflexiv verändernde Situation gehört.

Das heißt für eine Untersuchung über Rechercheklima als Teil der (widersprüchlichen) sozialen Wirklichkeit journalistischer Redaktionen mit all' ihren Ritualen in den Redaktionskonferenzen, ihren offenen und verdeckten Hierarchien, ihren speziellen Kriterien bei der Themenauswahl, ihren individualisierten Arbeitstechniken etc., dass ein Forscher mitunter auf ähnliche methodische Schwierigkeiten stoßen kann wie etwa ein Ethnologe bei der Feldarbeit (vgl. Lublinski 2004, 37).

### **13.2. Inforadios – Im Blick**

Folgende Parameter sollen für die teilnehmenden Redaktionsbeobachtungen gelten: Die Inforadio-Mitarbeiter werden in ihrer Redaktion als ihrem natürlichen Arbeitsumfeld beobachtet. Dafür nimmt der Autor als erkennbarer Beobachter mit Block und Bleistift am Redaktionsgeschehen teil, spielt aber keinerlei aktive journalistische Rolle innerhalb der Redaktion. Die Beobachtungen orientieren sich an einem Leitfaden, bleiben aber im Ausmaß eher unsy-

stematisch, um den explorativen Charakter der Studie zu erhalten (vgl. Krzeminski 1987, 64ff; Altmeppen 1999, 89ff; Friedrichs 1999, 269ff; Klammer 2005, 193ff). Die Beobachtungen werden handschriftlich protokolliert im Sinne eines „*Schreiben ohne Hemmungen*“ (Lamnek 2005, 617). Das handschriftliche Protokoll wird täglich abgetippt.

Da ein einzelner Beobachter kaum eine größere Gruppe von Journalisten innerhalb einer auch räumlich verzweigten Redaktion adäquat beobachten kann (vgl. Altmeppen 1999, 91), sollen sich die zwei Beobachtungen zum einen auf die in Redaktionen üblichen wesentlichen Konferenzen, zum anderen auf einzelne ausgewählte Journalisten konzentrieren, die jeweils eine Hierarchieebene repräsentieren. In Anlehnung an die klassische Redaktionsorganisation im deutschsprachigen Raum werden drei Hierarchieebenen angenommen (vgl. Meckel 1999, 65ff; Weichler 2003, 131f; Meier 2007, 159ff; Mast 2008, 494ff):

1. Die Leitungsebene (Chefredakteure bzw. Redaktionsleiter).
2. Die Entscheidungsebene (CvD, Ressort- und Planungsredakteure).
3. Die Operationsebene (Redakteure und Reporter).

Entsprechend dieser Gliederung werden im Fokus der teilnehmenden Beobachtungen die Journalisten der Entscheidungs- und Operationsebene stehen. Die Vertreter der Leitungsebene werden an ihrem originären Arbeitsplatz nicht beobachtet, da in deren alltäglichem Verhalten und Handeln recherchierelevante Faktoren wohl kaum beobachtet werden können. Allerdings treffen sich Vertreter aller Hierarchieebenen (Leitung, Planung, Ressort, Reporter, freie Autoren Volontäre etc.) auf den Redaktionskonferenzen. Dort werden klassischerweise die redaktionellen Belange besprochen, entschieden und verabredet.

Insofern erscheint es sinnvoll, ohne die Gesamtheit der Redaktion aus den Augen zu verlieren, die Beobachtungen auf die drei Bereiche Redaktionskonferenz, Entscheidungsebene und Operationsebene zu fokussieren und jeweils einen Beobachtungsleitfaden zu erarbeiten.

### **13.2.1. Beobachtungsleitfaden**

Für die teilnehmenden Beobachtungen wird ein Leitfaden erarbeitet, der in erster Linie der Strukturierung des Erhebungsprozesses dient. Die Verwen-

dung eines Leitfadens heißt aber nicht, dass nach einer Systematik im Sinne eines Codierbogens beobachtet wird mit Kästchen zum Abhaken. Trotzdem wird der Leitfaden eine Struktur haben müssen, damit es überhaupt leistbar bleibt, die Inforadiojournalisten zu beobachten. Dabei wird sich diese Struktur an institutionellen, hierarchischen und professionellen Faktoren orientieren in Bezug auf das Verhalten und den Umgang der Inforadio-Journalisten, um so die atmosphärischen Gegebenheiten in den Blick zu bekommen. Um bestimmte Beobachtungen verstehen zu können, wird mit kurzen Verständnisfragen gearbeitet.

#### **13.2.1.1. Redaktionskonferenz**

In den Redaktionskonferenzen kommen üblicherweise alle diejenigen Personen zusammen, die letztlich über das Programm entscheiden. Dort wird die Themenlage des Tages (und auch der Woche) erörtert und festgelegt, was in welcher Form gesendet bzw. gemeldet wird. Dabei dürften klassische und möglicherweise auch informelle Hierarchien sichtbar werden. Selbst wenn es in der Redaktion keine institutionalisierte Rechereinheit gibt, könnten in den Konferenzen Institutionalisierungsansätze erkennbar werden. Über den Prozess der Recherche als journalistische Tätigkeit wird in Konferenzen aus zeitökonomischen Gründen meist nur in Form der sogenannten Programmkritik gesprochen. Insofern zielt dieser Bereich des Leitfadens mit seinen Fragen insbesondere auf Hierarchie- und Institutionalisierungsfaktoren.

##### Leitfaden Redaktionskonferenz:

- Gibt es eine Reihenfolge der Wortbeiträge?
- Dürfen alle Anwesenden gleichberechtigt das Wort ergreifen oder gibt es so etwas wie eine Rangfolge?
- Wird bei der Programmkritik auf Recherche eingegangen?
- Werden Synonyme für Recherche verwendet, wenn ja, welche?
- Wenn es Impulse für Recherche gibt, kommen sie aus der Hierarchie heraus, eher aus z.B. Fachredaktionen oder von einzelnen Journalisten?
- Wenn ein Thema angesprochen wird, beispielsweise Bankenskandal oder Finanzkrise, wird dann nach konkreten Stücken oder Recherche-Ideen oder wonach gefragt?

- Werden Mitarbeiter direkt angesprochen, ein Thema ‚anzurecherchieren‘ bzw. zu recherchieren? Sind es immer die Gleichen?
- Werden klare Handlungsaufträge erteilt oder wird Handlung erbeten?
- Werden Aussagen zu Recherche, z.B., ob ein Thema weiter verfolgt werden sollte oder es noch andere Facetten gäbe, von bestimmten Leuten mehr beachtet?
- Werden besondere Recherche-Beiträge als ‚programm schmückend‘ innerhalb der Redaktion angesehen? (Lob-Frage)
- Wird materielle Ausstattung von Recherche (Zeit, Geld) thematisiert?

### **13.2.1.2. Entscheidungsebene**

Die Entscheidungsebene einer Redaktion kann hierarchisch und inhaltlich sehr unterschiedlich organisiert sein. Der Bereich Cvd/RvD<sup>40</sup> organisiert und verantwortet zumeist das Programm, Entscheidungen werden in Absprache mit der Leitungsebene und der Programmplanung getroffen, teilweise auf den Redaktionskonferenzen.

Bei der Programmplanung laufen die Fäden im Vorfeld inhaltlich zusammen. Die (möglichen) Fachressorts sind dieser Abteilung entweder untergeordnet oder gleichgestellt.

Die Planungsredakteure sind sowohl für das tagesaktuelle als auch für das künftige Programm zuständig. Je nach Redaktionszuschnitt können diese Bereiche personell getrennt sein. Insbesondere in der Langfristplanung werden klassischerweise Ideen für Programminhalte entwickelt, wie zum Beispiel Serien, Themenwochen etc. Entsprechend werden hier erste Vorentscheidungen getroffen, z.B., wer welchen Auftrag umsetzen könnte. Auch ist es denkbar, dass hier schon erste Vorrecherchen geführt werden. Daraus kann man schließen, dass ein Teil der Recherche hier ihren Ausgangspunkt hat. Insbesondere bei der Kommunikation über Recherche dürften an dieser Stelle hierarchische und institutionelle Faktoren anzutreffen sein.

#### Leitfaden für Entscheidungsebene:

- Gibt es Leute mit ‚einem Ruf‘ für besondere Recherchearten oder Themen?

---

<sup>40</sup> Die Bezeichnung CvD bedeutet Chef vom Dienst, die Bezeichnung RvD bedeutet Redakteur vom Dienst. Die Begriffe werden teilweise synonym verwendet.

- Welche Entscheidungen bezüglich Recherche werden von den Planungsredakteuren getroffen?
- Wird der Kostenfaktor von Recherche erörtert?
- Inwieweit wird Recherche seitens der Planungsredakteure gelenkt?
- Führen Planungsredakteure inhaltliche Recherchegespräche?

### **13.2.1.3. Operationsebene**

Zur Operationsebene gehören insbesondere die Reporter. Sie arbeiten (meist) in festen räumlichen (Reporterzimmer) und zeitlichen (Schichtsystem) Strukturen. Sie sind entweder beim Sender festangestellt oder arbeiten in einem sogenannten festen freien Arbeitsverhältnis<sup>41</sup>. Reporter sind sowohl für die tagesaktuelle Themenbearbeitung als auch für die langfristige Umsetzung von Themen zuständig, je nach Redaktionsorganisation. Die Reporter setzen u.a. die Entscheidungen der Redaktionskonferenz(en) um. Das heißt erstens, dass die Fragen dieses Bereiches insbesondere auf den Prozess von Recherche zielen und zweitens, dass in diesem Bereich je nach Redaktionsorganisation Institutionalisierungsfaktoren (z.B., ob es zur Teamarbeit kommt und wie diese dann organisiert ist) sichtbar werden könnten. Zudem lassen sich professionelle Faktoren beobachten, zum Beispiel ob nach einem Rechercheplan oder mit einer speziellen Recherchesoftware gearbeitet wird.

#### Leitfaden Operationsebene:

- Wird allein oder als Team recherchiert?
- Wer recherchiert was?
- Wird über Recherche gesprochen - vorab, währenddessen, anschließend - wenn ja mit wem?
- Werden Rechercheergebnisse, auch Zwischenergebnisse, diskutiert?
- Werden Teile von Recherche delegiert, z.B. an Volontäre oder Praktikanten?
- Werden Rechercheergebnisse notiert?
- Müssen noch andere Aufgaben neben der Recherche erledigt werden?
- Gibt es Zeit für Pausen?

---

<sup>41</sup> „Fest-Frei“ bedeutet im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, dass diese Mitarbeiter einen arbeitnehmerähnlichen Status haben, der mit einer starken Anbindung an die Redaktion einhergeht. Entweder bekommen diese sogenannten festen freien Mitarbeiter einen pauschalen Rahmenvertrag oder sie arbeiten an einer vorher festgelegten Anzahl von sogenannten „Prognosetagen“ für den Sender.

- Ist hektisches oder gestresstes Verhalten auf Grund von Produktionsdruck zu beobachten (z.B. Übersprungshandlungen wie wildes Gestikulieren, Stirnrunzeln, Haare raufen, Fingernägel kauen oder aber auch hoher Kaffee- /Zigarettenkonsum, häufiges Aufsuchen der Toilette etc.)?
- Machen die Reporter einen kompetenten Eindruck (gehen sie planvoll vor, arbeiten konzentriert und zügig, oder sitzen sie eher ratlos vor ihrer Aufgabe, sind zögerlich und erbitten Hilfe)?
- Welche Recherchemittel – z.B. Telefon, Internet, Archiv, vor Ort - werden eingesetzt?

### **13.2.2. Beobachtungszeitraum**

Für die Redaktionsbeobachtungen wird je eine Arbeitswoche von Montag bis Freitag angesetzt, da anzunehmen ist, dass der Arbeitsumfang der zu beobachtenden Inforadio-Journalisten in dieser Zeitspanne am größten ist. Die Annahme gründet sich einerseits auf die allgemeinen Arbeitsrhythmen unserer Gesellschaft (z.B. von Ämtern, Behörden, PR-Abteilungen, etc.), denen sich Journalisten anpassen müssen, um z.B. auch Rechercheergebnisse erzielen zu können, andererseits auch auf die Nutzungszeiten der Rezipienten (MA 2009 II), die beim Hörfunk in der Woche besonders deutlich zwischen 6 und 10 Uhr sowie zwischen 16 und 19 Uhr liegen (vgl. Klingler, Müller 2009, 524).

Die Untersuchung wird im November 2010 stattfinden, da dieser Monat weder ein spezifischer Urlaubsmonat ist, noch gilt der November als ein sogenannter themenarmer Sommerlochmonat. Die Anzahl der Feiertage im November 2010 ist durchaus überschaubar: Gesetzliche Feiertage gibt es keine, kirchliche Feiertage gibt es in Hamburg und Berlin drei: den Volkstrauertag (Sonntag), den Totensonntag, sowie am Ende des Monats den 1. Advent. Hinzu kommt noch der 9. November als historisches Datum<sup>42</sup>. Die Frage nach Anzahl und Gewichtung von Feiertagen ist insofern relevant, als der öffentlich-rechtliche Rundfunk dafür sein Programm ändert bzw. erweitert und entsprechende Beiträge benötigt, die möglicherweise spezielle Recherchen erfordern. Dadurch käme es eventuell zu gravierenden Änderungen der Rahmenbedingungen.

---

<sup>42</sup> Im Wesentlichen: Novemberrevolution 1918, Novemberpogrom 1938, Mauerfall 1989.

### 13.3. Pretest

Um die Funktionalität der Untersuchungsmethode ‚Teilnehmende Beobachtung‘ zu testen, wird jeweils ein Pretest (vgl. Gehrau 2002, 80; Friedrichs 1977, 286f) bei den Inforadios von NDR und RBB durchgeführt. Dabei gilt es folgende Fragen zu klären:

- Ist das Erhebungsinstrument für die Forschungsfragen angemessen?
- Ist der Erhebungszeitraum sinnvoll?
- Sind die Leitfäden für die einzelnen Bereiche sinnvoll?
- Wie sehen die räumlichen Gegebenheiten der Redaktion aus? Wo arbeiten Reporter und Planungsredakteure?
- Ist eine Protokollierung aller Bereiche wie geplant möglich?
- Ist es sinnvoller, als Beobachter von Bereich zu Bereich zu wandern, und sich gegebenenfalls Verpasstes nacherzählen zu lassen, oder sollte die Beobachtung pro Beobachtungseinheit einen Bereich abdecken?

Insgesamt ergaben die zwei Pretests<sup>43</sup>, dass die teilnehmende Beobachtung als Erhebungsinstrument sinnvoll ist, da sich die in den Leitfäden für die einzelnen Bereiche formulierten Punkte durchaus beobachten ließen. Es wurde nicht bekannt, dass in dem vorgesehenen Beobachtungszeitraum außergewöhnliche, die Recherche womöglich stark beeinflussende Maßnahmen in den Sendern stattfinden, so dass der Beobachtungszeitraum jeweils angemessen erscheint.

Es konnte festgestellt werden, dass die für die einzelnen Bereiche formulierten Leitfäden die zwei teilnehmenden Beobachtungen durchaus sinnvoll strukturieren. Die Vorannahme, dass einige Beobachtungen nur unter Zuhilfenahme von Verständnisfragen zu verstehen sind, hat der Pretest bestätigt. Derartige Fragen werden aber so sparsam wie möglich eingesetzt. Es ist wohl evident, dass an dieser Stelle eine Beeinflussung der real-life-Situation durch den Forscher stattfindet, allerdings wird diese Beeinflussung als eher gering betrachtet.

---

<sup>43</sup> Pretest RBB Inforadio am 01.11.2010, Pretest NDR Inforadio am 16.11.2010.

In Bezug auf die räumlichen Gegebenheiten ergab der Pretest beim RBB Inforadio<sup>44</sup>, dass die teilnehmende Beobachtung gesplittet werden muss auf die Bereiche Konferenzraum, Planungsinsel, Aktuell-Reporter und Nahaufnahme-Reporter.

Bei NDR Info<sup>45</sup> ergab der Pretest, dass die teilnehmende Beobachtung an fünf Orten stattfinden wird: Konferenzraum, Planungsbüro, RvD-Insel, Reporterbüro für die sogenannten festen freien Mitarbeiter und Einzelbüros von Reportern.

Es hat sich während der Pretests weiter ergeben, dass es sinnvoll ist, die Protokollierung einzelner Bereiche teilweise zu beschränken. Darunter fallen die Bereiche Planung und Reporter.

Der Bereich Planung gliedert sich bei beiden Sendern in eine Hauptplanungsabteilung und die einzelnen Ressortplanungen. Da die Hauptplanungsabteilung - so der Eindruck aus den Pretests - einerseits für den quantitativ größeren Programmoutput sorgen muss, andererseits die Themen der Ressorts Sport, Kultur und Wirtschaft i.d.R. ebenfalls im Focus hat, erscheint es sinnvoll, nur diesen Bereich zu beobachten.

Für den Bereich Reporter ließ sich ebenfalls eine Differenzierung in die Bereiche Tagesaktualität und Nicht-Tagesaktualität ausmachen. Letzterer Bereich

---

<sup>44</sup> Die Redaktion des RBB Inforadios ist als abgetrennte Einheit im Haus des Rundfunks untergebracht, verteilt auf drei Etagen. Im Keller befinden sich die Aufnahmestudios und vier Reporterarbeitsplätze. Im Erdgeschoss liegt der Newsroom mit den Sendestudios. Ihm gegenüber liegt ein Großraumbüro ohne Trennwände, in dem der Planungsbereich mit vier Arbeitsplätzen mittig platziert wurde. Links davon gibt es insgesamt fünf weitere Arbeitsplätze für Planungs-Assistenten, Reporter bzw. Autoren und Praktikanten. Rechts davon liegt der Bereich des ACvD und PCvD, sowie der CvD-Assistenten. Im weiteren Verlauf des L-förmig angelegten Gebäudetraktes befinden sich separate Räume für die Wirtschaftsredaktion. Im ersten Stockwerk finden sich die Büroräume der Leitungsebene, von Chefredakteur, Programmchef und Planungschefin, dazwischen liegt der Sekretariatsbereich. Im Eckbereich liegen der Konferenzraum, dahinter die Kulturredaktion sowie ein Büro für die zwei Nahaufnahme-Reporter. Zusätzlich existiert im 1OG direkt vor den Inforadoräumen ein Reporterzimmer mit drei Arbeitsplätzen.

<sup>45</sup> Die Redaktion des Senders NDR Info befindet sich auf dem Gelände des NDR in Haus 3, einem Neubau, der durch seine gläserne Struktur besticht. Die Redaktionsräume im ersten Stockwerk sind wie ein H angelegt. In der Mitte ist der Bereich mit Konferenzraum und Planungsbüro. In den abgehenden Fluren befinden sich zum einen die Einzelbüros der Redakteure, Ressorts und der Chefredaktion, zum anderen ein Großraumbüro mit Nachrichten-, Regional- und RvD-Insel, separate Büros für die Moderatoren und den Sportberichterstatte sowie die Studios. Im Bereich der Redakteurbüros befinden sich mittig u.a. Stehtische. Ferner gibt es noch einen sogenannten Kommunikationsraum. Das Planungsbüro mit drei Arbeitsplätzen wird auch für die Reportersitzung benutzt.



wird bei NDR Info durch den Reporterpool abgedeckt, beim RBB Inforadio durch die Nahaufnahme-Reporter.

Die teilnehmenden Beobachtungen werden beide Bereiche im Blick haben mit stärkerem Focus auf den Bereich Nicht-Tagesaktualität. Die Pretests haben gezeigt, dass es in diesem Bereich zu quantitativ mehr und qualitativ intensiverer Recherche kommt. Insofern ist es nur folgerichtig, diesem Bereich mehr Aufmerksamkeit zu widmen.

Es hat sich bei Gesprächen mit den zu beobachtenden Personen gezeigt, dass es bei allem Verständnis für die Forschung und bei allem Wohlwollen für den Forscher doch eher unangenehm zu sein scheint, sich permanent beobachten zu lassen. Als Konsequenz daraus werden die teilnehmenden Beobachtungen nicht einen Bereich permanent fokussieren (z.B. den Bereich Planung an einem kompletten Arbeitstag), sondern es wird der ‚Wandervariante‘ der Vorzug gegeben. Dabei bleibt die Reihenfolge zunächst offen, sie wird sich aus der Redaktionskonferenz heraus ergeben.

Die Aufnahme des Forschers war in beiden Redaktionen<sup>46</sup> freundlich, offen und geprägt von Interesse für das Forschungsthema. Es gab keinerlei Restriktionen. Niemand hat eine Zusammenarbeit abgelehnt.

---

<sup>46</sup> Beim RBB Inforadio arbeiten noch viele Kollegen, mit denen der Forscher vor über zehn Jahren schon zusammengearbeitet hat. Entsprechend herzlich und unkompliziert gestaltete sich die Untersuchung. Bei NDR Info wurden keine gemeinsamen Arbeitsbiografien bekannt. Die Untersuchungsatmosphäre war respektvoll, freundlich und offen, wengleich auch verständlicherweise distanzierter, als bei den Berliner Kollegen.

#### **14. Forschungsmethode – Befragung**

Die Methode der Befragung ist die am häufigsten verwendete Erhebungsmethode in den Sozialwissenschaften, und es ist die Methode, *„über die selbst am meisten geforscht worden ist“* (Klammer 2005, 220).

Insofern verwundert es nicht, dass es in der Literatur eine Fülle an verschiedenen Abgrenzungs-, Beschreibungs- und Definitionsvarianten gibt (vgl. u.a. Scheuch 1973, 66ff; Friedrichs 1977, 192ff; Bortz, Döring 2006, 236ff; Diekmann 2007, 434ff; Atteslander, Cromm 2008, 101ff; Flick 2009, 194ff; Scholl 2009, 29ff; Konrad 2010, 8ff; Möhring, Schlütz 2010, 13ff), die zu einer *„gewissen Begriffsunschärfe“* (Lamnek 2005, 356) führen.

Um für diese Untersuchung bei der Klärung der Befragung als Methode Klarheit zu schaffen, wird in Anlehnung an die Systematik des Standardwerkes ‚Die Befragung‘ von Armin Scholl vorgegangen (vgl. Scholl 2009).

Nach Scholl lässt sich die Befragung in verschiedene Verfahren (vgl. Scholl 2009, 29ff) und Formen (vgl. Scholl 2009, 61ff) unterteilen, die unterschiedlich standardisiert sein können.

Da es in dieser Untersuchung um das Rechercheklima in öffentlichen-rechtlichen Inforadios geht, kann in Art und Umfang als Untersuchungsmethode neben der teilnehmenden Beobachtung nur das face-to-face Interview angewendet werden. Denn im Gegensatz zur telefonischen und schriftlichen Befragung bietet nur dieses Verfahren die Möglichkeit, eine ‚Gesprächsatmosphäre‘ herzustellen und aufzunehmen. Dazu gehören Nachfragen, Interaktionen, die ergänzende Beobachtung, spontanes Reagieren auf Gesten und Mimik, ein Erzählen-lassen, unreflektierte Äußerungen etc. Kurz: Es lässt sich mit dem face-to-face Interview viel besser ein ganzheitliches Bild erfragen und erfassen.

*„Man erfährt aber nicht nur insgesamt mehr, sondern auch mehr Details, eben alles, was für den Befragten von Bedeutung ist, und kann durch die an den Gesprächsverlauf angepassten Fragen in Erfahrung bringen, wie gewichtig welche Aspekte für den Betroffenen sind“* (Lamnek 2005, 340).

Neben den Verfahren der Befragung ordnet Scholl die verschiedenen Formen der Befragung je nach Art und Ausprägung ihrer Regulierung zwischen standardisierten und nichtstandardisierten Interviews (vgl. Scholl 2009, 61).

Während beim standardisierten Interview die Frage- und Antwortkategorien festgelegt sind, werden nichtstandardisierte Interviews als die aktive und verstehende Form der Befragung verstanden. Dabei kann wiederum unter narrativen und Leitfadeninterviews unterschieden werden.

*„Beim narrativen Interview strukturiert der Befragte weitgehend das Gespräch, während sich der Interviewer zurücknimmt. Beim Leitfadeninterview (...)strukturiert der Interviewer das Gespräch zu einem großen Teil, da er nicht nur das Oberthema der Befragung, sondern auch gliedernde Aspekte (in Form der Leitfragen) vorgibt“ (Scholl 2009, 61).*

Ausgehend von den Überlegungen von Scholl sollen nun die zwei für diese Studie wesentlichen Formen der Befragung kurz vorgestellt und mit Blick auf ihre Verwendbarkeit diskutiert werden.

#### **14.1. Leitfadeninterview**

Leitfadeninterviews nehmen eine mittlere Position zwischen den standardisierten Interviews auf der einen Seite und narrativen Interviews auf der anderen Seite ein. Bei Leitfadeninterviews strukturiert der Interviewer durch eine Anzahl spezifischer Fragen das Gespräch. Es werden keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben, die Fragen sind also (eher) offen formuliert. Es gilt die Faustformel: Je höher die Anzahl von Fragen und je stärker die Fragen einer inhaltlichen Logik folgen, desto stärker ist das Gespräch strukturiert. Diese Formel gilt entsprechend vice versa (vgl. Scholl 2009, 68).

Die Fragen eines Leitfadeninterviews lassen sich strukturell und inhaltlich typisieren. Strukturell lässt sich zwischen Schlüsselfragen und Eventualfragen unterscheiden:

*„Schlüsselfragen sind zentral für die Forschungsfrage und werden, wenn auch nicht notwendigerweise im identischen Wortlaut, immer bzw. allen Befragten gestellt. Eventualfragen kommen dagegen nur zum Einsatz, wenn der Befragte bestimmte Aspekte, von denen der Forscher ausgeht, dass sie relevant sein können, nicht von sich aus anspricht“ (Scholl 2009, 70).*

Inhaltlich können Fragen – in grober Anlehnung an Klammer – in vier Gruppen gegliedert werden: Fragen nach sachlichem Wissen, grundlegenden Überzeugungen, sozialem Handeln und subjektiven Bewertungen (vgl. Klammer 2005, 221ff).

Da es bei Leitfadeninterviews „*in erster Linie auf die Informationen und Inhalte der Antworten und weniger auf die Erzählweise und die Sprache*“ (Scholl 2009, 71) ankommt, muss das Gespräch so gelenkt werden, dass es in der thematisch vorgegebenen Bahn verläuft. Ob der Interviewer dafür alle vorbereiteten Fragen stellt und dabei wiederum bei seiner Reihenfolge bleibt, hängt von der Interviewsituation und den gegebenen Antworten ab (vgl. Scholl 2009, 71). Grundsätzlich gilt hier wie bei journalistischen Interviews auch, dass der Interviewer - bei aller gebotenen Flexibilität - für Art und Ablauf des Gesprächs die Verantwortung trägt, ohne dabei zu strenge inhaltliche Parameter zu setzen (vgl. Lamnek 2005, 388).

In der Regel werden Leitfadeninterviews per Video- und/oder Audioaufnahme mitgeschnitten und anschließend für die Analyse transkribiert (vgl. Scholl 2009, 71).

Journalisten sind (sollten) aus naheliegenden Berufsgründen Experten beim Thema Recherche sein. Wissen von Experten reicht (meist) weit über vorformulierte Antwortkategorien eines standardisierten Interviews hinaus (vgl. Scholl 2009, 68). Allerdings könnte auch ein mittel-standardisiertes Leitfadeninterview mit einer sehr hohen Anzahl und verbindlicher Reihenfolge an Fragen als zu restriktiv empfunden werden.

Abgeleitet aus der journalistischen Praxis dürften Journalisten drei Interview-Typen kennen: das Sach-, Meinungs- und Personeninterview (vgl. Buchholz, La Roche 2004, 158), die lehrbuchmäßig gern als Trichter – vom Allgemeinen zum Detail – aufgebaut sind (vgl. Buchholz, La Roche 2004, 161). Entsprechend werden die befragten Journalisten in Art und Umfang auch von einer wissenschaftlichen Befragung wohl Ähnliches erwarten.

Insofern erscheint es sinnvoll, die Interviews entlang eines strukturierten, teilstandardisierten Leitfadens zu führen, zwar stark themenzentriert, allerdings auch mit genügend Raum für inhaltlich etwas weiter angelegte Ausführungen. Grund: Ein rein sachbezogenes (Experten-)Interview generiert eher bereichs- und objektbezogene Aussagen und vernachlässigt dabei die Lebenswirklichkeit der Befragten (vgl. Scholl 2009, 69).

Wichtig ist also, dass die Gesprächsatmosphäre dialogorientiert ist. Das bedeutet, dass der Forscher kenntnis- und verständnisorientiert agiert, ohne

sich gleich mit den Beteiligten ‚gemein‘ zu machen. Dabei ist klar - allein wegen der Erwartungshaltung der Journalisten - dass der Interviewer das Gespräch in Art und Umfang durch seine Fragen nicht nur strukturiert (und damit lenkt), sondern auch kontrolliert. Der Blick auf den Umfang ist insofern wichtig, als die Gespräche während der Arbeitszeit der Inforadio-Mitarbeiter geführt werden und daher nicht ‚ausufern‘ dürfen.

## **14.2. Narratives Interview**

Narrative Interviews sind keine Interviews im Sinne eines dialogorientierten Frage-Antwort-Schemas, sondern eine Spezialform des qualitativen Interviews, bei der der Forscher eine Erzählung durch eine thematisch breit angelegte Eingangsfrage auslöst (vgl. Lamnek 2005, 357; Atteslander, Cromm 2008, 133; Scholl 2009, 62). Voraussetzung ist die narrative Kompetenz der Zielperson in Bezug auf sprachliche und inhaltliche Fähigkeiten (vgl. Scholl 2009, 62).

*„Ziel von narrativen Interviews ist das Verstehen, das Aufdecken von Sichtweisen und Handlungen von Personen sowie deren Erklärung aus eigenen sozialen Bedingungen“ (zitiert nach Hermanns 1981, 16; Atteslander, Cromm 2008, 132).*

Wichtig bei narrativen Interviews ist, dass der Erzählfluss erhalten bleibt durch permanente Anteilnahme des Interviewers, z.B. durch Gestik und Mimik (vgl. Schnell 2005, 389; Scholl 2009, 65).

Sie werden in der Regel per Video- und/oder Audioaufnahme mitgeschnitten und anschließend für die Analyse transkribiert (vgl. Schnell 2005, 389).

Journalisten, insbesondere Radiojournalisten, darf wohl generell eine gewisse Kommunikationskompetenz unterstellt werden, auch wenn die Kommunikation aufgezeichnet wird. Insofern müsste das narrative Interview als Form für sie keine allzu große Schwierigkeit darstellen. Allerdings werden Journalisten von einem ‚Interview‘ – schon aus ihrem Berufsalltag heraus - eher die Frage-Antwort-Variante erwarten und nicht zwingend die spezielle, eher zeitaufwendige, narrative Variante, bei der es letztlich nur eine ‚erzählgenerierende Frage‘ gibt. Allein diese Erwartungshaltung und die Tatsache, dass die Interviews sehr wahrscheinlich während der Arbeitszeit der Journalisten geführt werden, sprechen gegen eine Verwendung narrativer Interviews als einzige Befragungsform. Allerdings bietet gerade diese Befragungsform die Möglich-

keit, sich von den Inforadiojournalisten ein sogenanntes Best-Practise-Beispiel eigener Recherche ‚am Stück‘ erzählen zu lassen. Durch die dabei sehr eingeschränkte Interaktion (keine inhaltlichen Unterbrechungen, nur Anteilnahme) werden sie quasi gezwungen, ihre Erzählung so zu strukturieren, dass ihre damalige Recherchearbeit nachvollziehbar und damit insgesamt verstehbar wird. Durch Nachfragen können dann konkrete Faktoren, die ihre Recherche beeinflusst haben, lokalisiert werden.

Insofern erscheint es sinnvoll, in die teilstandardisierten Leitfadeninterviews einen ‚narrativen‘ Teil einzuflechten. Das würde die Erwartungshaltung der Befragten wohl nicht zu stark konterkarieren und wäre außerdem nicht zu zeitaufwendig.

### **14.3. Fallstricke**

Grundsätzlich lässt sich wohl sagen, dass jedes Interview mit dem Ziel geführt wird, Informationen (Daten) über ein vorgegebenes Thema zu erhalten. Dabei versucht der Befragte einen Sinn zu konstruieren, an dem er seine Antworten ausrichtet. Damit ist das Interview eine künstliche soziale Situation, in der soziale Wirklichkeit nur in Ausschnitten erkennbar wird (vgl. Klammer 2005, 233ff).

Die einschlägige Literatur bietet auch hier wieder eine Fülle von Erklärungsansätzen, welche Fehlerquellen, Verzerrungsmerkmale und Probleme auf das Interview und die daran Beteiligten einwirken (vgl. u.a. Klammer 2005, 233ff; Schnell 2005, 353ff; Diekmann 2007, 446ff; Scholl 2009, 209ff). Daraus lassen sich letztlich drei Problemfelder extrahieren:

#### **14.3.1. Problemfeld – Interviewer**

Da sich der Interviewer als Person nicht negieren lässt, stellt sich die Frage, ob man ihn in erster Linie überhaupt als Verursacher von Verzerrungen und Fehlern, die es zu vermeiden gilt, betrachten will oder ob man ihn als Forscher ansehen mag, der engagiert und beweglich versuchen soll, eine Kommunikationssituation herzustellen, in der er möglichst viel erfährt (vgl. Girtler 2001, 162f; Scholl 2009, 198f).

Folgt man der ersten Position, dann ergibt sich eine Beeinflussung des Interviews durch die Person des Interviewers selbst, also etwa durch sein Auftre-

ten, seine Kleidung, seine Art des Fragens und Zuhörens etc. Entsprechend gilt dann:

*„Je neutraler der Interviewer als Person in der sozialen Situation Befragung bleibt, desto weniger werden die Befragten ihre Antworten an den Erwartungen ausrichten, die sie ihrem Gegenüber unbewusst unterstellen“ (Klammer 2005, 235).*

Folgt man der zweiten Position, dann ist eine Beeinflussung des Interviews durch den Interviewer geradezu erwünscht, denn nur durch sein aktives Gesprächsengagement erfährt der Forscher etwas *„über den sozialen Hintergrund und die soziale Eingebundenheit“* (Girtler 2001, 162) des Befragten.

*„Beide Positionen zeigen das Dilemma, in dem das Interview steckt: Der Interviewer motiviert und unterstützt den Befragten, lenkt ihn aber auch – möglicherweise gerade dadurch – in eine bestimmte Richtung“ (Scholl 2009, 199).*

Für diese Untersuchung wird die zweite Position eingenommen und ein konversationsähnlicher Interviewstil (vgl. Scholl 2009, 198) angestrebt. Eine Beeinflussung der befragten Journalisten durch den Forscher wird als eher gering angesehen, da es Journalisten qua Beruf ohnehin gewohnt sind, mit Interviewsituationen umzugehen.

#### **14.3.2. Problemfeld – Interviewte**

Bei den Interviewten ist besonders die Frage nach der sozialen Erwünschtheit von Bedeutung, und zwar einerseits in Bezug auf den Interviewer und andererseits in Bezug auf die Gesellschaft als soziale Größe (vgl. Klammer 2005, 236f; Scholl 2009, 218ff).

- In Bezug auf den Interviewer bedeutet das, dass der Befragte so antwortet, wie er glaubt, dass es sein Gegenüber von ihm erwartet. Oder aber - vice versa – er will mit seinen Antworten die vermeintliche Erwartung seines Gesprächspartner enttäuschen.
- In Bezug auf die Gesellschaft bedeutet soziale Erwünschtheit, dass der Befragte seine Antworten an (vermeintlichen) gesellschaftlichen Vorstellungen und Konventionen orientiert (vgl. Klammer 2005, 236).

Es wird in der Tat erwartet, dass das Problem der sozialen Erwünschtheit in Bezug auf Recherche in dieser Untersuchung auftritt, allein schon, weil Recherche derzeit in aller (Medien-) Munde ist und weil es sowohl in der Journalismusforschung als auch im Journalismus selbst (mindestens teilweise) als

Mangelware empfunden wird (siehe Kapitel 3.). Fragt ein Forscher daher nach der Haltung über Recherche, wird ihre Bedeutung sicherlich nicht negiert, das eigene Rechercheverhalten vielleicht sogar geschönt. Denkbar ist aber auch, gerade weil Recherche mindestens teilweise als Mangel im Journalismus empfunden wird, dass eine konstruktiv kritische Haltung bei den Befragten in punkto Recherche zu Tage tritt, um der eigenen Redaktion und / oder dem Journalismus allgemein zu helfen, indem die Fragen des Forschers schonungslos beantwortet werden.

Es wird erwartet, dass dieses Problem durch die Verwendung des Methodemixes mindestens erkennbar wird, da die Aussagen in den Interviews mit dem beobachtbaren tatsächlichen Handeln und Verhalten der Journalisten verglichen werden kann.

Bei der Formulierung der Antworten kann es bei Befragten noch zum Effekt der professionellen Deformation kommen. Das bedeutet, dass die Befragten ihre Antworten in einer Art Überanpassung an ihre Profession (Beruf) formal stark konstruieren und damit deformieren. Zum Beispiel könnten Journalisten als professionelle ‚Sprachverwender‘ meinen, in einem Interview druckreife Sätze sprechen zu müssen. Damit wäre die ohnehin schon künstlich-soziale Situation des Interviews noch verstärkt.

Dem kann wohl nur durch die Herstellung einer einfachen und ungekünstelten Gesprächsatmosphäre begegnet werden.

### **14.3.3. Problemfeld – Erhebungsinstrument**

Sowohl die Formulierung als auch die Platzierung von Fragen spielen bei ihrer Beantwortung eine Rolle (vgl. Klammer 2005, 234f; Scholl 2009, 213ff).

Insbesondere die Verwendung von Schlüsselreizwörtern lenkt die Aufmerksamkeit des Befragten und konditioniert somit sein Verständnis von der Frage insgesamt (vgl. Scholl 2009, 214). Das heißt, die Wortwahl an sich kann vom Forscher bewusste oder auch nicht beabsichtigte Signale aussenden, die der Befragte interpretiert und daraus die für ihn günstigste (weil möglicherweise vermeintlich sozial erwünschte) Antwort konstruiert.

Auch die Reihenfolge von Fragen kann zu Antwortverzerrungen führen, dann nämlich, wenn die Fragen inhaltlich in Bezug zueinander stehen, entweder konsistent oder konträr (vgl. Scholl 2009, 216). Dabei gibt die erste Frage



die ‚Richtung‘ vor und strahlt auf die weiteren Fragen aus, sogenannter Halo-Effekt (vgl. Diekmann 2007, 464).

Es liegt in der Natur der Sache, dass es bei zwei und mehr Fragen eine Reihenfolge gibt. Auch lässt es sich bei einem themenzentrierten Leitfadeninterview nicht vermeiden, Schlüsselreizwörter zu verwenden, im Gegenteil. Da es sich hier aber um eine explorative Untersuchung handelt, die nicht mit quantitativen und/oder standardisierten Interviews arbeitet, erscheint dieses Problem als eher nachrangig, denn es geht in erster Linie um ein Erkennen und Verstehen und nicht um ein vergleichbares Messen.

#### **14.4. Inforadios – Im Interview**

Ausgehend von der Diskussion um Befragungsverfahren und -formen erscheint es für diese Untersuchung sinnvoll, die face-to-face Gespräche mit den Inforadio-Mitarbeitern als themenzentrierte, teilstandardisierte Leitfadeninterviews mit narrativem Anteil zu konzipieren.

Diese Kombination bietet einerseits die Möglichkeit mit Blick auf die leitenden Forschungsfragen, das Interview gezielt zu ‚leiten‘ und zu lenken, andererseits aber auch die Möglichkeit, durch eine Erzählpassage das Interview nicht zu restriktiv wirken zu lassen. Insgesamt – so die Hoffnung – entsteht dadurch eine dialogorientierte Gesprächsatmosphäre, die zu einer höheren Anzahl an Daten führt.

Wie schon bei der teilnehmenden Beobachtung werden die Interviews mit Vertretern der drei Hierarchieebenen (Leitungs-, Entscheidungs- und Operationsebene) geführt, also pro Sender mit vier bis fünf Personen. Dabei sind die Chefredakteure bzw. deren Vertreter als Interviewpartner gesetzt. Die weiteren Gesprächspartner wurden beim RBB Inforadio und bei NDR Info während der teilnehmenden Beobachtung gezielt angesprochen. Alle Angesprochenen waren ohne Bedingungen einverstanden. Die Auswahl wurde nicht mit der Senderleitung abgesprochen, allerdings auch nicht verheimlicht. Die Gesprächspartner der Entscheidungs- und Operationsebene bei den Sendern HR Info und MDR Info wurden durch die Chefredakteurinnen vermittelt. Das birgt natürlich die Gefahr, dass die ‚ausgesuchten‘ Gesprächspartner nur

dem Sender genehme Antworten geben und bedarf im nachhinein einer kritischen Bewertung.

Allen beteiligten Gesprächspartnern wird vor dem Interview mitgeteilt, dass eine Anonymisierung Ihrer Aussagen nicht möglich ist, allein schon, weil die Interviews während der normalen Arbeitszeit und in den Räumen der Sender stattfinden. Alle Interviews werden aufgezeichnet und anschließend im Sinne eines grammatikalisch vertretbaren Hörverstehens transkribiert.<sup>47</sup>

Da die Befragungen mit Gesprächspartnern unterschiedlicher Funktion durchgeführt werden, erscheint es sinnvoll, die Interviewleitfäden entsprechend zu konzipieren, also sowohl mit Schlüsselfragen als auch mit Eventualfragen zu versehen.

#### **14.4.1. Struktur Interviewleitfaden**

Während die Interviews mit den Leiterinnen und Leitern der Inforadios mehr auf die äußeren Rahmenbedingungen von Recherche zielen, werden die Vertreter der weiteren Hierarchieebenen u. a. gebeten, eigene Best-Practice-Beiträge zu schildern und dabei den Prozess der Recherche und deren Bedingungen im Nachhinein zu bewerten. Dieser narrative Interviewteil soll Erkenntnisse über Einstellungen, Meinungen, Bewertungen, auch Wünsche und Hoffnungen, oder Ärgernisse und Ängste liefern, die im Zusammenhang mit der eigenen Rechercharbeit im Kontext der atmosphärischen Zustände und Vorgänge in der Redaktion stehen.

Außerdem sollen in diesen Interviews die Recherche-Kompetenzen der Mitarbeiter eruiert und nach deren Haltung bzw. Rollenverständnis gefragt werden.

Die inhaltliche Struktur der Leitfäden wird – in Anlehnung an Klammer – in vier Bereiche gegliedert (siehe Kapitel 14.1.):

- Im Bereich „Sachliches Wissen“ werden zum einen Fragen nach belegbaren Fakten gestellt (z.B. Organisationsschema, Arbeitsabläufe, materielle Ausstattung etc.), zum anderen werden Fragen über *„rational nachvollziehbare Vermutungen“* (Klammer 2005, 222) über Sachverhalte (z.B. Recherchekompetenzen, Budgetaufkommen, informelle Hierarchien etc.) gestellt.

---

<sup>47</sup> Durchführung der Leitfadeninterviews: Januar und Februar 2011.

- Im Bereich „Soziales Handeln“ werden Fragen gestellt, die auf das persönliche Handeln (und Verhalten) im Kontext einer sozialen Wirklichkeit (Redaktion) zielen. Hier wird zudem der ‚Narrative Block‘ eingebaut, in dem der Interviewpartner gebeten wird, ein sogenanntes Best-Practice-Beispiel ‚am Stück‘ zu erzählen. Auf Unterbrechungen wird – soweit möglich – weitgehend verzichtet.
- Im Bereich „Grundlegende Überzeugungen“ werden Fragen gestellt, die auf langfristig gewachsene, persönliche Überzeugungen (z.B. Rollen-selbstverständnis im Beruf, öffentlich-rechtlicher Auftrag etc.) im Kontext einer sozialen Wirklichkeit (Redaktion) zielen.
- Schließlich werden im Bereich „Subjektive Bewertungen“ Fragen gestellt, die auf unbeständigere Meinungen und Einstellungen von Sachverhalten, Personen oder Handlungen, auch der eigenen Handlungen, zielen (z.B. die Erlernbarkeit von Recherche, Beurteilung der Rechercheleistung insgesamt etc.).

Da die Interviewzeit begrenzt ist (avisiert und abgesprochen ist mit den Gesprächspartnern eine Zeitstunde), muss die Anzahl der Fragen schon im Vorfeld entsprechend angepasst werden. Es wird eine durchschnittliche Antwortzeit von ca. zwei Minuten pro Frage eingeplant, wobei der Narrative Block mit zehn Minuten avisiert wird. Das heißt, für die Gesprächspartner der Entscheidungs- und Operationsebene wird der Leitfaden ca. 20 Fragen enthalten plus Narrativem Block, für die Gesprächspartner der Leitungsebene werden ca. 30 Fragen vorbereitet. Der Narrative Block entfällt hier, weil die Chance, dass ein Chefredakteur neben seiner Leitungstätigkeit tatsächlich noch selbst journalistisch arbeitet, wohl eher gering ist. Dafür wird mehr Zeit für Fragen nach den äußeren Rahmenbedingungen eingeplant.

Die Fragenkataloge werden insbesondere für die Bereiche ‚Grundlegende Überzeugungen‘ und ‚Subjektive Bewertungen‘ für alle drei Leitfäden gleich sein, da hier hierarchieunabhängige Themen behandelt werden.

Alle Interviews starten mit einer sogenannten ‚Warming-up-Frage‘, die, wie im Journalismus auch, zunächst einmal ‚die Zunge lockern‘ soll, dabei allerdings für die Auswertung durchaus einen Wert in Bezug auf Professionalität und Haltung hat (vgl. Scholl 2009, 70; Klammer 2005, 224).

#### **14.4.2. Typisierung Interviewleitfaden**

Die einzelnen Fragen werden mit Blick auf die Forschungsfragen den Bereichen der institutionellen, politischen und professionellen Einflussfaktoren zugeordnet. Dabei werden Fragen, die weitgehend dem Bereich der institutionellen Faktoren zugeordnet werden können, mit A gekennzeichnet, Fragen zu dem Bereich der politischen Faktoren mit B und Fragen zu dem Bereich der professionellen Faktoren mit C. Da es durchaus Überschneidungen geben kann, zum Beispiel beim Narrativen Block, kommt auch eine Kombination der Zuordnung in Frage. Eine Zuordnung für den Bereich der atmosphärischen Einflussfaktoren kann es nicht geben, da sich diese erst aus dem Kontext ergeben.

Des Weiteren werden die Schlüsselfragen (also die Fragen, die allen Interviewpartnern gestellt werden) mit 01 gekennzeichnet, die Eventualfragen mit 02.

Diese Typisierung dient in erster Line dazu, bei der Auswertung zunächst einen groben Überblick zu bekommen und leichter Übereinstimmungen oder Widersprüche zu lokalisieren, ohne im Vorfeld Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Leitfäden der Interviews befinden sich im Anhang.

## **TEIL IV: Ergebnisse**

### **15. NDR Info**

Die Redaktionsbeobachtung von NDR Info fand in der Zeit vom 22.11. bis 26.11.2010 statt. Der Pretest erfolgte am 16.11.2010.

Die Leitfadeninterviews wurden in den Monaten Januar und Februar 2011 in den Räumlichkeiten von NDR Info durchgeführt.

Die interviewten Personen sind:

1. Jens-Peter Marquardt, Leiter der Programmgruppe Politik und Aktuelles bei NDR Info (Programmchef) und damit ein Vertreter der Leitungsebene.
2. Oliver Christ, Redakteur bei NDR Info in den Funktionen RvD und Aktuell-Planer und damit ein Vertreter der Entscheidungsebene.
3. Stefan Schölermann, Reporter im Reporterpool (Reportage-Planer)<sup>49</sup> und damit ein Vertreter der Operationsebene.
4. Christoph Heinzle, Reporter im Reporterpool und damit ein Vertreter der Operationsebene.
5. Franz Feyder, fester freier Reporter im Reporterpool und damit ein Vertreter der Operationsebene.

#### **15.1. Redaktionsorganisation**

NDR Info ist eine von acht Hörfunkwellen des NDR. Jede Welle hat einen Wellenchef. Die Wellenchefin von NDR Info ist gleichzeitig die Chefredakteurin des NDR Hörfunks und nimmt Querschnittsfunktionen für die ARD (z.B. ist sie zuständig für die Hörfunk-Korrespondenten) wahr. Sie ist den anderen Wellenchefs gleichgestellt (vgl. Marquardt 2011, 4f). Insgesamt besteht das Leitungsteam bei NDR Info aus sechs Personen (vgl. NDR Info 2011 B).

Hierarchisch unterhalb der Wellenchefin sind die Programmgruppenleiter angesiedelt. Dazu zählen die Gruppen Politik und Aktuelles, Gesellschaft und Bildung sowie Nachrichten (diese Gruppe ist allerdings auch für andere Wellen zuständig). Der Leiter der Gruppe Politik und Aktuelles ist bei NDR Info verantwortlich für die Aktuell Redaktion, den Reporterpool, die Fachredaktio-

---

<sup>49</sup> S. Schölermann arbeitete während des Untersuchungszeitraums als Reportage-Planer. Diese Funktion wird von allen festangestellten Reportern des Reporterpools im wöchentlichen Wechsel wahrgenommen (siehe Kapitel 15.2.1.3.). Insofern wird diese Funktion zur Operationsebene gezählt auch wenn die Planungsabteilung der Redaktion insgesamt zur Entscheidungsebene gerechnet wird.

nen (z.B. Wirtschaft), einzelne Fachredakteure (z.B. Recht) sowie die Onlineredaktion der Welle (vgl. Marquardt 2011, 5).

Der Chef vom Dienst (CvD) ist für den Kontakt und die Koordinierung der Hörfunk-Korrespondenten des NDR zuständig. Er vertritt den Leiter der Programmgruppe Politik und Aktuelles (vgl. NDR Info 2010 b, 383). Die Programmkoordinatorin ist für das in- und externe Marketing des Senders zuständig.

Verantwortlich für das tagesaktuelle Programm ist der Redakteur vom Dienst (RvD). Er erstellt im Rahmen der Vorgaben der Wellenleitung und der Beschlüsse der Redaktionskonferenzen die einzelnen Sendeabschnitte und bestimmt damit die journalistische Gewichtung und Platzierung der Beiträge (vgl. NDR Info o. Datum, 368).

Die Ressorts und Fachredakteure planen ihre Beiträge eigenständig, arbeiten jedoch in Absprache mit dem Aktuell Planer.

*„Der Aktuell-Planer plant das Programm des nächsten Morgens in Zusammenarbeit mit den Fachredaktionen. Seine vornehmliche Aufgabe ist es, Beiträge und Interviews zu den tagesaktuellen Themen einzukaufen. Dabei achtet er auf einen interessanten und attraktiven Themen- und Formenmix“ (NDR Info o. Datum, 368).*

Neben dem Aktuell-Planer gibt es den Reportage-Planer, der aus den Reihen des Reporterpools kommt.

*„Der Reportage-Planer wirft den Blick voraus. Anhand der verschiedenen Terminvorschauen plant er Beiträge und Gespräche für absehbare Ereignisse wie Parteitage (...) oder regelmäßig wiederkehrende Ereignisse wie die Bekanntgabe der Arbeitslosenzahlen. Der Reportage-Planer hat die kommenden vier Wochen Tage im Blick. Seine Aufgabe ist es, frühzeitig die gewünschten Stücke in Auftrag zu geben, damit die Autoren Zeit für die Recherche haben. Der Reportage-Planer koordiniert die Beiträge aus dem Reporterpool. Er nimmt Ideen der Reporter auf und gibt seinerseits Anregungen für künftige Reportagen“ (NDR Info o. Datum, 368).*

Der Reporterpool wurde 2005 gegründet, gehört organisatorisch zur Programmgruppe Politik und Aktuelles und ist damit bei NDR Info angesiedelt.

*„Der Pool schärft mit eigenrecherchierten Reportagen und Geschichten aus Norddeutschland das journalistische Profil des gesamten NDR-Hörfunks. Er soll zum einen Exklusiv-Stories hervorbringen und gleichzeitig mit gut erzählten Reportagen besonderer journalistischer Qualität das Renommee der NDR-Programme steigern“ (NDR Info o. Datum, 369).*

Im Reporterpool arbeiten sechs festangestellte Redakteure und einige Freie (vgl. Marquard 2011, 7) als sogenannte Wochenreporter (NDR Info 2010 a, 362f; Schölermann 2011, 48).

Insgesamt sind für die Programmgruppe Politik und Aktuelles ca. 35 festangestellte Redakteure und in etwa die gleiche Anzahl freie Mitarbeiter tätig, insgesamt also ca. 70 Mitarbeiter<sup>50</sup>. Dazu kommen noch Redakteure der anderen Fachgruppen, die allerdings nicht exklusiv für NDR Info arbeiten (vgl. Marquardt 2011, 7).

NDR Info wird mit Beiträgen etc. aus den Landesfunkhäusern in Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern und deren Studios versorgt. Eine ‚Befehlsgewalt‘ hat NDR Info gegenüber diesen NDR Institutionen nicht (vgl. Marquardt 2011, 6).

NDR Info sendet von montags bis freitags von sechs Uhr bis 19 Uhr 50 und am Wochenende von sechs Uhr bis 18 Uhr 50 zu jeder Viertelstunde einen Nachrichtenblock sowie einen Wetter- und Verkehrsservice. Zwischen den Nachrichtenblöcken werden Hintergrundbeiträge zur aktuellen Nachrichtenlage gesendet und thematische Schwerpunkte gesetzt (vgl. NDR Info 2011), insbesondere mittags und abends wird in Kooperation mit dem WDR je eine Magazinsendung (Mittagsecho; Echo des Tages) produziert (vgl. NDR Info 2011 C).

In den Abendstunden und am Wochenende werden Features, längere Reportagen, Hintergrundberichte und ähnliche Programmelemente gesendet (vgl. NDR Info 2011 A).

NDR Info befindet sich auf dem Gelände der NDR-Zentrale in Hamburg. Die Redaktion ist in Haus 3 untergebracht, einem Neubau mit großen Glasflächen. Die Redaktionsräume im ersten Stockwerk sind wie ein H angelegt. In der Mitte ist der Bereich mit Konferenzraum und Planungsbüro. In den abgehenden Fluren befinden sich zum einen die Einzelbüros der Redakteure, Ressorts und der Chefredaktion, zum anderen ein Großraumbüro mit Nachrichten-, Regional- und RvD-Insel, separate Büros für die Moderatoren sowie die

---

<sup>50</sup> Da in Redaktionen eine gewisse Mitarbeiter-Fluktuation durchaus üblich ist, ließ sich die exakte Mitarbeiterzahl von NDR Info nicht ermitteln.

Sendestudios. Im Bereich der Redakteurbüros befinden sich mittig u.a. Stehtische. Ferner gibt es noch einen sogenannten Kommunikationsraum. Das Planungsbüro mit drei Arbeitsplätzen wird auch für die Reportersitzung benutzt.

Für einen besseren Überblick wird die Redaktionsorganisation von NDR Info im Folgenden noch einmal als schematische Graphik dargestellt:



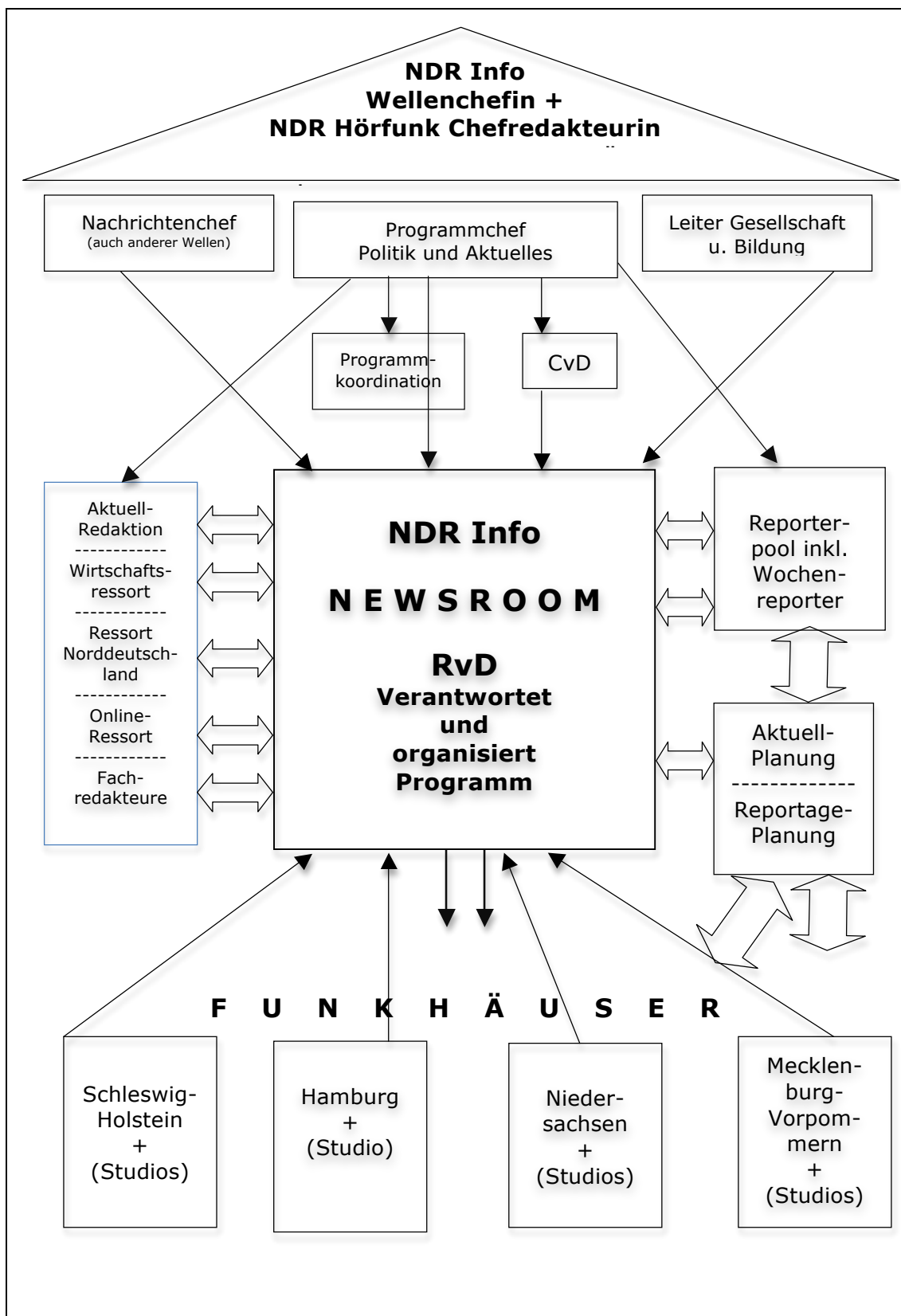


Abb.3: Redaktionsorganisation NDR Info; eigene Darstellung

## **15.2. Institutionelle Einflussfaktoren**

### **15.2.1. Hierarchien**

#### **15.2.1.1. Redaktionskonferenzen – Streng hierarchisch**

Die Redaktionskonferenzen bei NDR Info werden immer von einem Vertreter der Leitungsebene (Chefredakteurin, Programmchef Politik und Aktuelles) strukturiert. Folgender Ablauf wird mit wenigen Ausnahmen eingehalten:

Redaktionskonferenz um 10 Uhr:

1. Vertreter der Leitungsebene stellt Kommentarthema vor.
2. Vertreter der Echo-Redaktion referiert geplante Themen.
3. Der zuständige RvD referiert, was bis dato gesendet wurde und was als nächstes geplant ist.
4. Ressort Regionales referiert, was bis dato gesendet wurde und was als nächstes geplant ist.
5. Telefonschaltkonferenz (immer um 10 Uhr 20) mit Vertretern der NDR-Funkhäuser sowie einem Vertreter der Echo-Redaktion des WDR.
6. Die Planer (Aktuell und Reportage) referieren ihre Themen.
7. Der Online-Redakteur präsentiert die NDR Info Homepage und erläutert die Beitrags-Platzierungen.
8. Die Ressorts Sport, Wirtschaft, Kultur referieren in genannter Reihenfolge ihre Themen.
9. Die Abendsendung ‚Redezeit‘ stellt ihre Planung vor (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 361; 369).

Redaktionskonferenz um 14 Uhr 45:

1. Vertreter der Echo-Redaktion referiert geplante Themen.
3. Der zuständige RvD referiert, was bis dato gesendet wurde und was als nächstes geplant ist.
4. Der Aktuell-Planer referiert Themen.
5. Die Ressorts Wirtschaft und Kultur referieren ihre Themen (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 373f; 383).

Es ließ sich beobachten, dass es auf den Redaktionskonferenzen kaum zu inhaltlichen Themendiskussionen kam. Das Kommentarthema beispielsweise wurde von den Vertretern der Leitungsebene vorgestellt, es wurde nach ei-

nem Meinungsbild gefragt, die Entscheidung war aber im Grunde schon im Vorfeld gefallen (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 361; 369; 380). Hier gibt es eine klar hierarchisch Entscheidungsfindung.

Die Vertreter der Ressorts referieren, insbesondere wenn sie originäre Sendepplätze bestücken müssen (z.B. im Wirtschaftsressort die Rubrik Wiso), schlicht ihren Planungsstand, die Relevanz der Themen wird nicht hinterfragt, wie sich beobachten ließ.

Beispiel 1: Die Wirtschaftsredaktion plante ihren Wirtschafts-Talk einerseits zum Thema ‚Arme EU-Staaten finanzieren Irland-Risiko‘, andererseits zum Thema ‚Individuelle Steuer-Ideen der Kommunen am Beispiel Prostitution‘. Obwohl beide Themen - einmal tags zuvor sowie einmal eine Woche zuvor - im ZDF liefen und daher höchstens noch semi-aktuell waren, wurden sie ohne Diskussion angenommen (vgl. NDR Info 2010 b, 374).

Beispiel 2: Die Kulturredaktion stellte insgesamt fünfmal auf Redaktionskonferenzen einen ‚schrillen‘ Beitrag vor, in dem es um einen unbekanntem Autor ging, der in Kleinschrift ohne Punkt und Komma schreibt. Die Relevanz dieses Beitrages wurde weder belegt noch diskutiert (vgl. NDR Info 2010 b, 383f).

Es ließ sich weiter beobachten, dass es auf den Redaktionskonferenzen kaum zu nennenswerten Handlungsverabredungen kam. In der Regel lautete der Sprachgebrauch, dass ein Thema ‚verfolgt‘ oder ‚beobachtet‘ wird bzw. es hieß lapidar: Schauen wir mal. Eine Handlungsverabredung, die eine konkrete Umsetzung, eine konkrete Zuständigkeit oder einen konkreten Termin benennt, konnte nicht beobachtet werden.

Beispiel 1: Der RvD äußerte Kritik an der Berichterstattung zum ‚Wassernotstand in Lübeck‘. Es folgte keine Handlungsverabredung wie z.B. Rücksprache mit dem Autor und/oder dem entsprechenden Studio zu halten.

Auf der gleichen Sitzung wurde ein ausbleibendes Angebot des Funkhauses Kiel zum Thema ‚Barschel‘ von mehreren Redakteuren moniert. In der darauffolgenden Telefonkonferenz wurde gegenüber dem Vertreter des Landesfunkhauses Kiel diese Kritik nicht geäußert, obwohl der Regionalredakteur das – wenn auch leise – erbeten hatte. Eine Handlungsverabredung zur Klärung des Sachverhaltes gab es nicht (vgl. NDR Info 2010 b, 361).

Beispiel 2: Ein NDR2-Redakteur stellte kurz eine Themenrecherche zu den Kosten von Polizeieinsätzen bei Terrorverdacht vor. Es kam weder zu einer

Nachfrage über den genauen Kenntnisstand oder die Art der Umsetzung, noch wurde ein Sendetermin vereinbar bzw. jemand bestimmt, der sich um die Auf- oder Übernahme des Beitrages kümmert (vgl. NDR Info 2010 b, 370).

Beispiel 3: Der Echo-Redakteur fragte unter breiter Zustimmung der Konferenzteilnehmer beim Wirtschaftsredakteur nach einem Beitrag über die Kosten der Terrorbekämpfung vor dem Hintergrund, dass Al Kaida für eine Bomben-Atrappe 3000 Euro bezahlt, während die westlichen Länder für zunehmende Sicherheits-Maßnahmen Milliarden Euro ausgeben müssen. Der angesprochene Kollege erwähnte deren ‚Segment-Berichterstattung‘ und verwies darauf, dass es derzeit keine relevanten und verlässlichen Zahlen gäbe. Eine Handlungsverabredung für eine (mindestens Vor-) Recherche (die für die Aussage, dass es bis dato keine relevanten Zahlen gäbe, eigentlich notwendig gewesen wäre) oder allein für die Prüfung der Relevanz des mehrheitlich gewollten Themas gab es nicht (vgl. NDR Info 2010 b, 366).

Der Impuls für eine Handlung (Recherche oder Beitrag etc.), wie im vorangegangenen Beispiel, kommt auf Redaktionskonferenzen in der Regel nicht von der Entscheidungs- bzw. Operationsebene (Ausnahme: vgl. NDR Info 2010 b, 403), sondern von der Leitungsebene.

Beispiel 1: Der Programmchef fragte nach einem Beitrag zum Thema ‚Demo gegen Nackscanner in den USA‘. Aus den Reihen der Konferenzteilnehmer hieß es zunächst, dass das Thema auf NDR Info schon gesendet wurde. Während der Themenvorstellung des Aktuell-Planers recherchierte der Kulturredakteur mit seinem Smartphone und referierte anschließend den aktuellen Anlass des vom Programmchef vorgeschlagenen Themas, um zu konstatieren, dass es vielleicht doch noch einmal aufgegriffen werden sollte (vgl. NDR Info 2010 b, 367). Der von der Leitungsebene gesetzte Impuls, sich um ein Thema zu kümmern, führte immerhin zu einer Überprüfung der Themenrelevanz, endete dann allerdings – wie üblich – in keiner konkreten Handlungsverabredung.

Beispiel 2: Während der Vorstellung der regionalen Themen auf der Redaktionskonferenz kristallisierte sich ein Thema heraus: ‚Notaufnahmen in Hamburgs Krankenhäusern an Wochenende überfüllt durch Normalpatienten‘. Die Chefredakteurin griff das Thema auf und wollte dazu gerne einen Beitrag im Programm haben. Sie wandte sich an den Reportage-Planer, der zusagte,

sich darum zu kümmern (vgl. NDR Info 2010 a, 365). Hier wurde ein aus der Operationsebene kommendes Thema von der Chefredakteurin in seiner Relevanz bestärkt, und es kam zu einer klaren Handlungsverabredung, zumindest, was die Zuständigkeit anging. Im weiteren Verlauf der Beobachtung konnte festgestellt werden, dass dieses Thema nach einer nicht unaufwendigen Hintergrundrecherche ins Programm kam (vgl. NDR Info 2010 b, 374, 389, 407, 409, 410).

Insgesamt zeigte sich, dass die Redaktionskonferenzen bei NDR Info sehr formell-hierarchisch ablaufen. Dabei geht es in erster Linie um die Möglichkeit der unterschiedlichen Gewerke<sup>51</sup>, sich gegenseitig auf den aktuellen Stand des bereits gesendeten bzw. geplanten Programms zu bringen (siehe dazu auch Kapitel 8.1. und 8.2.). Nur in Ausnahmefällen werden Impulse für das Programm gegeben, und wenn, dann eher von der Leitungsebene. Insofern kommt es kaum bis gar nicht zu konkreten Handlungsverabredungen, und nur gelegentlich wird zum Beispiel über die Relevanz von Themen oder Sonstigem diskutiert.

#### **15.2.1.2. RvD, Aktuell-Planer, Ressorts – Geringes Machtgefälle**

Der RvD ist als Gesamtverantwortlicher für das jeweils laufende Programm zuständig, bestimmt „*was wo platziert wird, welches Interview geführt wird, welcher Interviewpartner bestellt wird, in Absprache mit der Konferenz*“ (Christ 2011, 19f). Dabei ist die Platzierung die eigentliche Hoheitsaufgabe des RvD, der in diesem Bereich sowohl die Planer (vgl. NDR Info 2010 b, 364) als auch die Ressorts überstimmen kann (vgl. NDR Info 2010 b, 376). Dabei wird bei Entscheidungen an dieser Stelle nicht zwischen Festangestelltem und freien Mitarbeiter unterschieden (vgl. Christ 2011, 20). Gegenüber dem Nachrichtenchef und dem Leiter des Bereichs Gesellschaft und Bildung ist der RvD hierarchisch auf Augenhöhe (Beiträge müssen gesendet werden; vgl. NDR Info 2010 b, 386), er kann das Programm jedoch mit dem Verweis auf ‚Aktualität‘ umbauen, allerdings mit dem Risiko, dass er dafür ‚gescholten‘ wird (vgl. NDR Info 2010 b, 373).

---

<sup>51</sup> Der Begriff ‚Gewerk‘ wurde von den Interviewpartnern immer wieder verwendet, um abgrenzbare Arbeitsbereiche wie zum Beispiel den Bereich der RvD, der Planer oder der Fachressorts zu bezeichnen (vgl. Marquardt 2011, 21; Christ 2011, 36; Wildt 2011, 121). In dieser Arbeit wird der Begriff entsprechend verwendet.

Insgesamt – das bestätigen auch die Beobachtungen an der RvD-Insel im Newsroom – wird professionell-unaufgeregt (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 382), im kollegialen Stil und nicht „*per Ordre-de-Mufti-Verfahren*“ (Christ 2011, 19f) vorgegangen (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 377).

Der RvD hat zwar den Nimbus der letzten Instanz im Newsroom, ist aber de facto nur wenigen Mitarbeitern gegenüber tatsächlich weisungsbefugt. Als Part zwischen der Leitungsebene und der Redaktion erfüllt der RvD hauptsächlich programmorganisatorische Aufgaben. Er ist zum Beispiel gegenüber dem Reporterpool nicht weisungsberechtigt (vgl. Heinzle 2011, 65).

Da den RvD in der Regel ‚nur‘ das Programm der nächsten Stunden interessiert, bestellt er selten Beiträge. Das ist originäre Aufgabe des Aktuell-Planers. Der beauftragt entweder einen der drei Wochenreporter von NDR Info oder er bestellt bei den RvD der Landesfunkhäuser respektive deren Studios Beiträge zu bestimmten Themen. Dabei kann er Wünsche äußern, in welche Richtung recherchiert werden oder welcher Autor den Beitrag anfertigen soll (vgl. Christ 2011, 24). Einfluss auf die Wahl des Autors hat der Aktuell-Planer nicht, den bestimmt das zuständige Landesfunkhaus. Der Aktuell-Planer kann allerdings seinen ‚Wunsch-Autor‘ auch direkt um einen Beitrag bitten, das bedarf dann aber noch der Zustimmung des Landesfunkhauses, „*damit es nicht zu schweren Verwicklungen führt*“ (Christ 2011, 29). Das gilt auch, wenn es sich um einen freien Autor handelt, der gerade in keiner festen Reporterschicht arbeitet. Denn es ist auch eine Kostenfrage, da die Beauftragung eines freien Autors NDR Info selbst bezahlen muss, sonst zahlt das Landesfunkhaus (zur Autonomie der Landesfunkhäuser siehe Kapitel 15.2.1.5.).

Beispiel: Es sollte ein Beitrag zum Thema ‚Sicherheitslage auf Weihnachtsmärkten‘ vor dem Hintergrund der Terrordebatte bestellt werden. Der Aktuell-Planer und der Reportage-Planer diskutierten kontrovers die unterschiedlichen Fähigkeiten der Studios, dieses Thema gut recherchiert umzusetzen. Die Wahl fiel schließlich auf das NDR-Studio Lübeck, allerdings in Verbindung mit einem namentlich genannten Wunschautor. Das Studio wollte den Beitrag zwar liefern, den erbetenen Wunschautor allerdings nicht beauftragen. Die Planer waren wenig begeistert, intervenierten jedoch nicht (vgl. NDR Info 2010 b, 372).

Für den Bereich ‚Abnahme der Beiträge‘ lassen sich folgende Strukturen erkennen: Die im NDR Redaktionssystem von den Landesfunkhäusern, den Studios und den anderen Wellen eingestellten Beiträge wird in der Regel der RvD bzw. – je nach Vertrauen – der RvD Assistent und/oder der Libero (sitzen zusammen) abnehmen, das heißt, die Beiträge werden für sendefähig erklärt (eventuell gekürzt) oder eben nicht. Die Recherche wird nicht überprüft (vgl. Christ 2011, 26). Der RvD begleitet dagegen sehr engmaschig die Recherchen der Interviewvorbereitungen der Moderatoren, die sich allerdings hauptsächlich auf Agenturmaterial beschränken (vgl. NDR Info 2010 b, 378) und demnach dem Bereich der einfachen Recherche zuzuordnen sind.

Die von NDR Info bestellten Beiträge werden in der Regel vom Aktuell-Planer abgenommen (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 365), das heißt, die von den Autoren entweder persönlich oder per Mail vorgelegten Manuskripte werden (nur) redigiert. Nach den Rechercheergebnissen wird an dieser Stelle nicht gefragt, sie werden auch nicht überprüft (vgl. Feyder 2011, 95). Nachdem der Beitrag produziert wurde, wird er vom Aktuell-Planer oder RvD noch einmal abgehört, erst dann gibt es ein OK. Da es tagtäglich gilt, eine Fülle von Beiträgen abzunehmen, wird schlicht darauf vertraut, dass die Recherchen der Kollegen korrekt sind (vgl. Christ 2011, 26).

In Ausnahmefällen greifen der RvD und/oder der Aktuell-Planer in die Recherchen von Autoren ein. Wenn er zum Beispiel erfährt, dass sie ‚nicht vorankommen‘ oder versuchen ‚den Pulitzer-Preis zu gewinnen‘, wird unter Umständen bestimmt, die Recherche abubrechen oder so zu gestalten, dass es einen ‚vernünftigen 2:30er‘ gibt (vgl. Christ 2011, 32). Dabei hilft die bei NDR Info gegebene *„hierarchische Ebene von Fest zu Frei“* (Schölermann 2011, 51), denn die freien Mitarbeiter sind *„immer an die Anweisungen von Redakteuren gebunden“* (Feyder 2011, 84). *„Bei Festangestellten muss man dann auf Einsicht hoffen“* (Christ 2011, 32).

Insgesamt zeigte sich, dass die Bereiche RvD, Aktuell-Planung und Ressorts als quasi abgeschlossene Einheiten operieren. Die hierarchische Stellung des RvD manifestiert sich hauptsächlich – im Grunde genommen einzig – aus der ‚Macht der Platzierung‘ (Beiträge, Gespräche), weniger durch journalistisch inhaltliche Entscheidungen. Der RvD ist insofern der ‚Verwalter‘ des Pro-

gramms, das insbesondere durch die Angebote der Landesfunkhäuser respektive der Landesstudios gespeist wird. Der Aktuell-Planer ist für die von NDR Info beauftragten Autoren zuständig, kann seine hierarchische Stellung aber allenfalls gegenüber den freien Autoren geltend machen. Die Ressorts treffen nahezu autonom die Entscheidung, was aus ihrem Bereich ins Programm gehört, insbesondere wenn es um ressortoriginäre Sendeplätze geht (vgl. NDR Info 2010 b, 383; 386). Nur in (seltenen) Ausnahmefällen kommt es auf den Redaktionssitzungen zu hierarchischen Animositäten (vgl. NDR Info 2010 b, 376).

### **15.2.1.3. Reporterpool – An langer Chef-Leine**

Der Reporterpool hat keinen Leiter, er ist direkt dem Programmchef unterstellt (vgl. Heinzle 2011, 63f), auch der RvD hat dem Pool gegenüber keine Weisungsbefugnis. Der Reportage-Planer ist zwar während seiner Dienstwoche Primus inter pares, seinen Reporterkollegen gegenüber jedoch nicht weisungsbefugt (vgl. Schölermann 2011, 39). Dafür treffen sich die Mitarbeiter des Reporterpools werktäglich um 9 Uhr 45 zu ihrer Poolsitzung, um Manöverkritik zu halten, um Themen und Recherchen zu besprechen und Handlungsverabredungen zu treffen (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 382). Das heißt, der Reporterpool ist autonom in seinen Entscheidungen, welche Langzeitrecherchen bearbeitet werden. Er informiert darüber den Programmchef, unter anderem auch deshalb, weil eine Zusammenarbeit insbesondere mit einem freien Reporter Kosten verursacht (vgl. Heinzle 2011, 64; NDR Info 2010 b, 411).

Die Reporter des Reporterpools sind für bestimmte Themenfelder zuständig (z.B. S. Schölermann für Rechtsextremismus und Rockermilieu). Sie können daher langfristig Entwicklungen in diesen Bereichen verfolgen, Kontakt halten zu Informanten und Institutionen-Vertretern (vgl. NDR Info 2010 b, 371), müssen jedoch, „*wenn die Weltlage entsprechend ist*“ (vgl. Heinzle 2011, 65), journalistisch tätig werden: Entweder weil es auf der Redaktionskonferenz so beschlossen wird - beispielsweise soll der für den Bereich Atomenergie zuständige Reporter aus aktuellem Anlass einen Kommentar zum Atommüll-Endlager Asse liefern (vgl. NDR Info 2010 b, 385) - oder weil die Reporter Ihr Gebiet selbstständig beobachten und sofort Be-



richterstatten, wenn es die Nachrichtenlage erfordert (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 364).

Es heißt, der Reporterpool benötigt „*keine Genehmigung von irgendwem, um irgendwo etwas zu machen*“ (Heinzle 2011, 67; vgl. auch Marquardt 2011, 6). Das mag de jure so sein, de facto werden die Landesfunkhäuser und/oder -studios mindestens unterrichtet, wenn ein Reporter des Pools in deren Zuständigkeitsbereich tätig werden will (vgl. NDR Info 2010 b, Anhang, 379), meist wird eine einvernehmliche Absprache angestrebt. Es ließ sich beobachten, dass diese Thematik immer wieder Anlass zu Diskussionen bot (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 380), insofern scheinen der Entscheidungsautonomie des Reporterpools Grenzen gesetzt zu sein (siehe auch Kapitel 15.2.6.).

Der Reporterpool verfügt über keine speziellen Sendeplätze. Das bietet – so ließ sich bei der Beobachtung erfahren – den Vorteil, dass ein Thema auch noch einmal zurückgehalten werden kann, wenn die Recherchen wider Erwarten noch nicht abgeschlossen sind (vgl. NDR Info 2010 b, 373; 392). Allerdings werden die Beiträge der Reporter des Pools – je nach Bedeutung – ‚prominent‘ platziert.

„*Wir platzieren sie vor allem morgens in der Prime-Time und wir senden sie dann auch mit hoher Frequenz in Kurz- und Langbeiträgen*“ (Marquardt 2011, 9; vgl. auch NDR Info 2010 b, 376).

Dabei wird darauf geachtet, dass sich originäre Reporterpool-Beiträge nicht überschneiden (vgl. NDR Info 2010 b, 408).<sup>52</sup>

‚Neun von zehn Geschichten‘ der Reporter fallen nicht in den Bereich Investigativer Journalismus und werden insofern in der Regel vom diensthabenden Reportage-Planer abgenommen (vgl. Schölermann 2011, 46; NDR Info 2010b, 365). Da die Besetzung des Reportage-Planers im wöchentlichen Wechsel stattfindet, müssen die Geschichten bei der Abnahme unter Umständen neu erzählt werden, denn

---

<sup>52</sup> Die Beiträge vom Reporterpool haben in der Regel eine Sendelänge von 2.45 Minuten und werden (intern) Reportagen genannt (vgl. NDR Info 2010a, 363). Dabei wird mit Original-Tönen von Interviewpartnern und atmosphärischen Tönen gearbeitet (vgl. Heinzle 2011, 65), eigentlich der klassische BmE bzw. ein Mini-Feature (vgl. Buchholz; La Roche 2004). Die Sendelänge ist für aufwendige Recherchen eher gering. Auch Elemente der Darstellungsform Reportage können bei der Kürze der Sendezeit (eigentlich) nur spärlich vorhanden sein.

*„nicht jeder kann in sieben verschiedenen Recherchen gleichzeitig firm sein und sich dann auch adäquat dazu äußern. Also das ist ein kleines Strukturproblem, was wir haben“ (Schölermann 2011, 51).*

Während Beiträge im Recherchestadium, also in der ‚Genese‘ sind, findet maximal auf informeller Ebene eine Vorabnahme statt. Wenn die Beiträge als Rechercheergebnis vorgelegt werden, wird es formell, da der Reportage-Planer *„im Zweifelsfall auch presserechtlich dafür verantwortlich“* (Schölermann 2011, 48) ist. Wie erwähnt, hat der Reportage-Planer keine Weisungsbefugnis gegenüber seinen festangestellten Kollegen (vgl. Schölermann 2011, 39).

*„Bei heiklen juristischen Geschichten“* (Schölermann 2011, 45), also bei profunden (investigativen) Recherchebeiträgen wird die Abnahme von der Redaktionsleitung und dem Justizariat des NDR vorgenommen (vgl. Schölermann 2011, 45; Christ 2011, 26), wobei teilweise um Halbsätze gerungen wird, um juristische Auseinandersetzungen zu vermeiden (vgl. NDR Info 2010 b, 379). Dabei stoppt die Redaktionsleitung weder Recherchen, *„nach dem Motto: Diesem Politiker treten wir nicht auf den Fuß“* (Heinzle 2011, 77), noch macht sie Vorgaben (vgl. Feyder 2011, 91).

Möglicherweise gibt es so etwas wie eine reporterinterne Meßlatte für Recherchebeiträge, die den ‚Skandal‘ als oberste Qualitätsstufe betrachtet. Es ließ sich eine kontroverse Diskussion zwischen zwei Reportern beobachten, in der es über die Umsetzung bzw. Darstellung eines Themas ging. Während ein Reporter den Beitrag lobte, war es für den Kollegen ‚nur‘ ein Hintergrundstück, dass man hätte ‚anpimpfern‘ müssen, damit das Thema als Skandal von einem größeren Publikum verstanden wird (vgl. NDR Info 2010 b, 372). Diese – allerdings nur einmalige – Beobachtung korrespondiert mit der Aussage, dass es zwischen dem Reporterpool und sonstigen Kollegen bzw. mit der Chefredaktion gelegentlich zu Diskussionen über die Wichtigkeit eines Themas und dessen möglicherweise ‚aufgebauchte‘ Anmoderation kommt. Auf der Redaktionskonferenz *„steht dann Meinung gegen Meinung und gut ist“* (Heinzle 2011, 76), das heißt: Auch eine Kontroverse gegenüber dem Reporterpool führt offenbar nicht zu – zum Beispiel – sprachlichen Vorgaben für Anmoderationen oder sonstigen Sanktionen.

Insgesamt gibt es für die besondere hierarchische Stellung des Reporterpools drei Gründe: 1. Sie entsteht aus dem Umstand, dass die Reporter für konkrete Fachgebiete zuständig sind (Kompetenz-Hierarchie; siehe dazu auch Kapitel 8.2.) und sich daraus eine Berichterstattungslegitimation ableiten lässt (vgl. ex. Heinzle 2011, 66), 2. sie entsteht aus dem speziellen knapp dreiminütigen (rechercheintensiven) Reportageformat (Format-Hierarchie), das andere Wellen in der Art nicht benötigen (vgl. Marquardt 2011, 6; Schölermann 2011, 42; NDR Info 2010 b, 380) und 3. entsteht sie aus der Grundstruktur von NDR Info (Entscheidungs-Hierarchie), die keine Hierarchiestufe zwischen der Leitungsebene und dem Reporterpool vorsieht und damit dem Reporterpool eine herausragende Stellung (vgl. Schölermann 2011, 42) innerhalb von NDR Info garantiert.

### **15.2.2. Budget**

Im Reigen der ARD-Anstalten ist der NDR angesichts insgesamt knapper werdender Ressourcen finanziell gut ausgestattet, muss sich aber inzwischen auch „nach der Decke strecken“ (Marquardt 2011, 8), da auch bei NDR Info gezielt Kürzungen vorgenommen wurden, „aber nicht in der investigativen Recherche und im Reporterpool“ (Marquardt 2011, 13). Das heißt: „Wenn eine Stelle ausgeschrieben wird, ist sie für den Reporterpool, dann ist das keine RvD Stelle“ (Christ 2011, 24).

#### **15.2.2.1. Reporterpool – Keinerlei Limitierung**

Der Reporterpool verfügt weiterhin über sechs festangestellte Redakteure und drei feste freie Mitarbeiter, die in Wochenschichten arbeiten und nach „Tageshonoraren bezahlt“ (werden), „also nicht nach Beiträgen“ (Marquardt 2011, 12). Für einen Freiberufler ist es wichtig,

*„dass ich tagessatzweise für meine Recherchen auch vergütet werde, und mir das den Druck nimmt, schlampig zu recherchieren, weil ich jetzt was fertig haben muss und nur für ein Produkt bezahlt werde. Und es nimmt mir eben auch den Druck, dass ich mich in irgendeiner Weise auf schludrigere Quellen verlassen muss, um dann zu Ergebnissen zu kommen“ (Feyder 2011, 87).*

Anspruchsvolle und profunde (auch investigative) Recherchen werden letztlich über die Gehälter der festangestellten Reporter bezahlt und über das Honorarsystem für die festen freien (Wochen-) Reporter (vgl. Heinzle 2011, 68).

*„Das unterscheidet den NDR sehr deutlich von anderen Anstalten im öffentlich-rechtlichen Bereich, aber auch vor allen Dingen im privaten Bereich“ (Feyder 2011, 85).*

Allerdings werden Recherchetage nicht so gut bezahlt wie ein normaler Beitrag. Das heißt, dass Reporter, die täglich für andere Wellen ‚Schnulli-Beiträge‘ machen, am Ende mehr im Portemonnaie haben als ein Rechercheur bei NDR Info (vgl. NDR Info 2010 a, 366).

Der Reportage-Planer als Primus inter pares des Reporterpools hat zwar kein eigenes Budget, muss dafür aber auch nicht auf einen ‚Haushaltstopf‘ achten.

*„Ich habe bisher noch nie erlebt, dass mir jemand gesagt hätte aus der Redaktionsleitung, das ist uns aber zu teuer“ (Schölermann 2011, 40).*

Das wird auch von Seiten der Reporter bestätigt.

*„Ich habe hier keine Limitierung bislang erfahren, wo mir klar gemacht wurde, da müsst ihr jetzt aufhören, weil wir kein Geld mehr haben oder weil wir die Ressource Personal jetzt brauchen. Das habe ich nicht erlebt“ (Feyder 2011, 92).*

Zwar wird zum Beispiel bei Dienstreisen schon darauf geachtet, dass die Kosten nicht aus dem Ruder laufen (Heinzle 2011, 78), allerdings gibt es ansonsten kaum Restriktionen:

*„Ich fülle einen Reiseantrag aus, den gebe ich im Büro ab und das war’s. (...) Da können wir hier, ich will nicht sagen, aus den Vollen schöpfen, aber das ist eben der Preis, den man zahlt. Weil man sagt, Qualitätsrecherche ist aufwendig“ (Schölermann 2011, 45).*

*Beispiel: „Ich recherchiere im Moment zum Thema Auswirkungen von salafistischen bzw. islamistischen Bestrebungen auf Norddeutschland. Da war es überhaupt kein Problem, jetzt Dienstreisen auf den Balkan, nach Israel und in die USA genehmigt zu bekommen. Das wird dann eben auch getan und gesagt, ja, das ist ein Thema, das interessiert uns, das wollen wir haben, und dann wird sicherlich überprüft, was hast du mitgebracht? Was kommt da unterm Strich bei raus? Aber es ist keine Limitierung erfolgt: So das können wir uns jetzt noch leisten, da fährst du nicht mehr hin, da telefonierst du nur noch“ (Feyder 2011, 93).*

Auf der anderen Seite bleiben – insbesondere bei freien Mitarbeitern – langfristige (profunde) Recherchen liegen, wenn ihre Wochenschicht bei NDR Info zu Ende ist, da es außerhalb des Honorarsystems kein Extrabudget für Recherchen gibt (vgl. Heinzle 2011, 68). Nur in seltenen Ausnahmefällen,

„wenn es eine besondere Recherche gibt“ (Marquardt 2011, 12f), werden extra Recherchetage bezahlt.

#### **15.2.2.2. Budget für Beiträge – Kein Thema**

Neben dem sicher finanzierten Reporterpool gibt es bei NDR Info ein Budget für ca. 20 Beiträge pro Woche, respektive für sechs Sendetage ca. 3 Beiträge pro Tag (vgl. Heinzle 2011, 69). Aus diesem Budget werden Aufträge an freie Autoren - zum Beispiel in den Landesstudios - bezahlt (vgl. Christ 2011, 24f). Da das Beitragshonorar bei ca. 155 Euro liegt (vg. Marquardt 2011, 13; Heinzle 2011, 69), wird nicht erwartet, dass die Autoren dafür anspruchsvolle oder gar profunde Recherchen abliefern (vgl. Marquardt 2011, 12f; Christ 2011, 22; Heinzle 2011, 69).

*„Wenn ich die Notwendigkeit sehe, einen Beitrag einzukaufen, dann kaufe ich den ein. Und wenn der von einem freien Mitarbeiter erstellt wird und dafür Geld bezahlt werden muss, dann ist das bislang bei uns kein Thema. Wenn ein Interview-Partner Geld haben will, kriegt er das Geld. Also Geld ist bei uns noch kein Thema“ (Christ 2011, 22f).*

Dahinter steht offensichtlich das (bisher unerschütterliche) Vertrauen, dass die Redaktionsleitung für ausreichend finanzielle Mittel sorgt (vgl. NDR Info 2010 a, 367). Allerdings scheint es Appelle zu geben, mindestens stark darüber nachzudenken, ob es wirklich notwendig ist, ein Thema durch einen Beitrag im Programm abzubilden, oder ob nicht ein Gespräch ausreicht (vgl. NDR Info 2010 a, 367).

*„Das sind allgemeine Appelle, die ausgesprochen werden, so langsam darauf zu achten, nicht zu viel einzukaufen. In der Realität aber kaufen wir weiterhin ein, was wir für richtig halten“ (Christ 2011, 23).*

Da die ARD zunehmend dazu übergeht, mit ihren Korrespondenten Gespräche zu führen, geht das Volumen von Sammelangeboten (z.B. Beiträge von Korrespondenten, die allen ARD Anstalten zur Verfügung stehen) zurück. Um diese ‚Lücken‘ zu füllen, müssen entweder noch mehr Interviews geführt werden (Interviewpartner-Recherche; siehe Kapitel 6.3.), Beiträge eingekauft werden (limitiert auf ca. 20 Beiträge pro Woche) oder die Wochenreporter des Reporterpools müssen Beiträge liefern. Da sie wochenweise arbeiten und tagesweise honoriert werden, ist das die preiswerteste Lösung. Es ließ sich beobachten, dass sowohl die festangestellten Reporter des Pools (vgl. NDR Info 2010 b, 389; 411) als auch die freien Wochenreporter zumeist an meh-

rerer Geschichten gleichzeitig recherchierten/arbeiteten (vgl. NDR Info 2010 b, 389; 406).

Neben dem Budget für das aktuelle Programm gibt es bei NDR Info weitere Bereiche mit einem eigenen Budget, wie etwa einzelne Spezi­alsendungen (Bildungsreport) oder zum Beispiel das Ressort Wirtschaft (vgl. Marquardt 2011, 12), das über vier festangestellte Redakteure und bis zu sieben freie Mitarbeiter verfügt. Da werktäglich pro Stunde ca. dreieinhalb Minuten Programm geliefert werden muss, bleibt für anspruchsvolle Recherchen nicht besonders viel Zeit (vgl. NDR Info 2010 b, 404). Das Ressort ‚Norddeutschland‘ (Regionales) verfügt über kein eigenes Budget (vgl. NDR Info 2010 a, 367).

Während einige ARD Inforadios dazu übergegangen sind, ein gemeinsames Nachtprogramm (ARD Infonacht<sup>53</sup>) zu senden, ‚leistet‘ sich NDR Info nach wie vor moderierte Musikprogramme (vgl. Marquardt 2011, 14).

Für die Zukunft erhofft sich die Redaktionsleitung von NDR Info die Möglichkeit, finanziell den Status quo aufrechterhalten zu können (vgl. Marquardt 2011, 13).

Insgesamt zeigte sich, dass das Budget von NDR Info ausreicht, um einen Reporterpool mit sechs festangestellten Redakteuren und drei Festen-Freien zu finanzieren, die sich sowohl um einfache (also eher kurzfristige) als auch anspruchsvolle bis profunde (eher langfristige) Recherchen kümmern können. Insbesondere das Honorarsystem für die freien Mitarbeiter ist so gestaltet, dass nicht zwingend eine Sendeleistung, sondern mindestens auch die Rechercheleistung bezahlt wird. Darüber hinaus hat sich insgesamt bei den Mitarbeitern die Haltung „Geld ist da“ (Christ 2011, 21) manifestiert. Dahinter steht offenbar das (noch unerschütterliche) Vertrauen in die Redaktions-

---

<sup>53</sup> „Das Nachrichtenteam von MDR INFO produziert täglich zwischen 23.00 und 6.00 Uhr Berichte und Reportagen zum aktuellen Geschehen. Dazu kommen weltweite Live-Schaltungen zu ARD-Auslandskorrespondenten und Experten-Interviews. Nachrichten gibt es zur vollen und zur halben Stunde, alle 15 Minuten werden aktuelle Wetter- und Verkehrsmeldungen ausgestrahlt. Inforadio (RBB) und hr-iNFO gestalten jeweils die zweite und die letzte Viertelstunde einer Programmstunde für ihr Ausstrahlungsgebiet mit eigenen regionalen Themen selbst. B5 aktuell, hr-iNFO, Inforadio (RBB), Antenne Saar (SR) und SWRinfo übernehmen das Nachtprogramm ganz oder teilweise“ (ARD Intern 2011).

leitung, für ausreichend Finanzmittel sorgen zu können. Es ließ sich weder beobachten noch durch die Interviews belegen, dass bei NDR Info über Finanzknappheit mit Blick auf das Programm geklagt wurde, über Arbeitsverdichtung (vgl. Christ 2011, 22) und Personalorganisation (vgl. Feyder 2011, 84f) hingegen schon (siehe Kapitel 15.2.3.).

### **15.2.3. Personal**

Als Kern von NDR Info darf sicherlich die Programmgruppe Politik und Aktuelles betrachtet werden. In diesem Bereich arbeiten ca. 70 Mitarbeiter (siehe Kapitel 15.1.).<sup>54</sup> Bei den Festangestellten liegt der Anteil an Frauen bei ca. einem Drittel, bei den Festen-Freien liegt der Frauenanteil bei ca. 50 Prozent. In der Programmgruppe Gesellschaft und Bildung liegt der Anteil der Frauen bei über 50 Prozent (vgl. Marquardt 2011, 8).

#### **15.2.3.1. Redakteursschichten – Engpässe inklusive**

Einige Redakteure sind hoch disponiert, das heißt sie arbeiten fast ausschließlich in Schichten. Dazu gehören z.B. die RvD, der Aktuell-Planer, die Moderatoren etc. (vgl. Marquardt 2011, 8).

*„Aufgrund von Sparmaßnahmen und durch den Abbau von Personal ist aber die Personaldecke immer dünner geworden und wird immer dünner“ (Christ 2011, 20). „(...) ich sag mal, die normale Kernerarbeit RvD, Planer, Ablaufsteuerung, dass wir da unterbesetzt sind“ (Christ 2011, 24).*

In diesen Bereichen kommt es (gelegentlich) zu Engpässen, die wegen der Bedeutung dieser Funktion für das Programm oder den Sendeablauf grundsätzlich nach besetzt werden. Dabei ist (oder kann) die Redaktionsleitung nicht zwingend wählerisch,

*„weil teilweise geglaubt wird, das könnte jeder, während Bereiche wie Reporter, Moderation oder Live-Reportage nicht jeder beherrscht. Also ich sage mal so: Diese anderen Bereiche werden ungern angetastet“ (Christ 2011, 21; vgl. auch NDR Info 2010 b, 397)*

Auch die Ressorts arbeiten im Schichtsystem. Beispielsweise decken im Wirtschaftsressort zwei von vier festangestellten Redakteuren werktäglich die Planung ab, mindestens drei Feste-Freie sorgen für Beiträge, den Ablauf sowie den Wirtschafts-Talk (vgl. NDR Info 2010 b, 404).

---

<sup>54</sup> Schon während des Pretests bei NDR Info fiel auf, dass mehr Männer als Frauen zum Beispiel im Planungsbüro arbeiten oder an den Redaktionssitzungen teilnehmen. Daher wurde dieser Aspekt sowohl weiter beobachtet als auch in den Interviewleitfaden für die Leitungsebene eingearbeitet.

Neben diesen ‚Schichtarbeitern‘ gibt es Fachredakteure, die als Autoren tätig sind, zum Teil eigene Sendungen gestalten und zusätzlich einen gewissen Anteil von Schichten zu bestreiten haben (vgl. Marquardt 2011, 8).

### **15.2.3.2. Reporterpool – Frei, aber stets auf Abruf**

Die sechs festangestellten Redakteure des Reporterpool stellen im wöchentlichen Wechsel den Reportage-Planer, so dass – statistisch – jeder Reporter alle sechs Wochen eine Planungsschicht zu absolvieren hat (vgl. Heinzle 2011, 62). Weitere Schichten fallen in der Regel nicht an.

*„Aber das ändert sich etwas, die werden zunehmend die eine oder andere Redaktionsschicht übernehmen müssen, weil unser Personalkorsett enger geworden ist“ (Marquardt 2011, 8).*

Außerdem kann es passieren, dass die Redakteure des Reporterpools, trotz des Einsatzes als Reportage-Planer, ihrer Tätigkeit als Reporter nachgehen müssen, wenn Ihr Themengebiet ‚virulent‘ wird (vgl. NDR Info 2010 b, 399).

*„Und dann muss man im Zweifel die Flexibilität haben und sagen, entweder ich häng‘ die Stunden abends dran, also mache es hinterher, also sitze auch gerne mal bis zum Sendebeginn bis zum nächsten Morgen, das kann schon mal passieren, oder ich finde einen Kollegen, der für mich aus dem Reporterpool einspringt“ (Schölermann 2011, 40).*

Das heißt, der Reporterpool organisiert die Verteilung seiner einzigen Schicht (Reportage-Planer) selbst und agiert damit weitgehend losgelöst von der restlichen Redaktion.

*„Das ist für alle eine Erleichterung, auch wenn andere dafür vielleicht mehr Schichten machen müssen, weil wir hier aus den Schichten weitestgehend raus sind. Das wiederum führt dazu, das sicherlich manche auch die Mitglieder aus dem Reporterpool um ihre herausgehobene Stellung beneiden. Und dann auch sagen, das ist etwas viel des Guten, weil ich im Zweifel auch hier in Schichten meinen Kopf dafür hinhalten muss, dass andere in der freien Weltgeschichte herumtoben können. Insoweit ist da nicht die Frage, wie wird Recherche gesehen, sondern die Frage ist, welche Auswirkungen habe ich davon zu spüren und die Auswirkung heißt mehr Schichten. Wenn ich dann allerdings andersrum meinen Kollegen meinen Arbeitstag schildere, der bspw. gestern Morgen um 6 Uhr angefangen hat und um 20 Uhr aufhörte, der am Vortag um 7 Uhr begonnen hat und um 21.30 Uhr aufgehört hat, dann ist der Tauschwille eigentlich schon vergleichsweise eingengt, weil, wenn die 40 Stunden Woche gilt und ich die in der Regel mittwochs voll habe, dann wird mancher sagen, da mache ich lieber meine 8 Stunden Schicht“ (Schölermann 2011, 42f).*



### 15.2.3.3. Feste freie Reporter – Strukturelle Defizite

Bei der Besetzung der drei Schichten (zwei sogenannte Wochenreporter, ein Aktuell-Reporter)<sup>55</sup> durch die festen freien Mitarbeiter kommt es sehr selten zu Engpässen, da NDR Info aus einem Pool von ca. zehn Journalisten wählen kann (vgl. Marquardt 2011, 7).

*„Wo es natürlich zu Engpässen kommt, ist bei dem, was man sich von den drei Festen erwartet. Wenn nämlich durch Themenplanung oder eben nicht Planung und durch, sagen wir mal, die Themenschwerpunkte der drei Festen Freien, es so ist, dass von den drei Festen Freien zwei in Langzeitrecherchen involviert sind und überhaupt nicht aktuell einsetzbar sind, weil sie möglicherweise auch reisen für ihre Recherchen und so, dann hat man unterm Strich vielleicht nur einen, der aktuelle Programmideen umsetzen kann“ (Heinzle 2011, 64f).*

Das heißt, wenn es mehr Themen als Reporter gibt, dann *„schlägt das bessere Thema, das nicht ganz so gute Thema“* (Marquardt 2011, 7). Oder es werden vermehrt Aufträge an die Landesstudios und Funkhäuser vergeben, beziehungsweise es wird vermehrt auf die festangestellten Kollegen zurückgegriffen.

*„Und da kommt es gelegentlich zu Engpässen, weil entweder hier nicht genügend Leute zur Verfügung stehen oder sich in den Studios niemand findet“ (Heinzle 2011, 64f),*

oder wie sich beobachten ließ, dass der Bedarf an Berichterstattung deutlich größer war als es die personellen Kapazitäten hergegeben hätten (vgl. NDR Info 2010 b, 394).

Beobachten ließ sich außerdem, dass ein auf der Reporterpool-Sitzung vorgeschlagenes Thema aus einem personellen Kapazitätsengpass verschoben werden musste (vgl. NDR Info 2010 b, 383).

Diese Engpässe deuten auf ein strukturelles Problem hin, das sich besonders im Bereich der Festen-Freien manifestiert. Denn die freien Mitarbeiter arbeiten nur zum Teil bei NDR Info. Zwischen ihren Einsätzen können durchaus mehrere Wochen vergehen (vgl. Heinzle 2011, 68).

*„Es kommt deswegen für mich zu Engpässen, weil ich ja nur 2 Wochen in einem 6-wöchigen Dienstplan berücksichtigt werde. Das führt dazu, dass ich 4 Wochen dann auf anderen Hochzeiten tanzen muss, um Geld zu verdienen.“*

---

<sup>55</sup> NDR Info verfügt über keinen eigenen Ü-Wagen Reporter für Live-Reportagen. Das liefern die Landesfunkhäuser (vgl. NDR Info 2010 a, 368).

*Und mich nur 2 Wochen in diesen 6-Wochen-Rhythmen um das kümmern kann, was ich hier leisten kann und auch will. Das heißt, hier kommt es oft auch zu Flexionen mit anderen Auftraggebern, anderen Kunden. Ich bin beispielsweise noch beim NDR-Fernsehen. Und das wäre eine Geschichte, die strukturell verändert werden müsste, um sinnvoller, kontinuierlicher, aber auch kompetenter und nachhaltiger an den Dingen arbeiten zu können" (Feyder 2011, 84f).*

Für die Koordinierung der festen freien Mitarbeiter bei NDR Info und in anderen Redaktionen gibt es demnach keine institutionalisierte Verabredung, keine Struktur. Das führt entweder zu einer erheblichen Mehrbelastung dieser Mitarbeiter, wenn sie neben anderen Aufgaben weiterhin für NDR Info recherchieren (möglicherweise sogar unentgeltlich), oder es führt dazu, dass die Recherche

*„liegen bleibt, gelegentlich auch mal so liegen bleibt, dass es danach verschwindet und die Anfangsrecherchen von ein, zwei, drei Tagen für den Eimer sind" (Heinzle 2011, 68).*

Das Recherche honorierende Vergütungssystem von NDR Info könnte so ausgehebelt werden.

Immerhin ist dieses Problem bei NDR Info erkannt, Lösungsvorschläge gibt es allerdings keine (vgl. Heinzle 2011, 82).

#### **15.2.4.1. Reporterteams – Entscheidung nach Gusto**

Die meisten Recherchen werden solo erledigt, *„das ist der Regelfall" (Christ 2011, 32)*. Das ließ sich auch im Reporterzimmer bei den Festen-Freien beobachten (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 372f). Auch gibt es festangestellte Reporter, die grundsätzlich – sei es aus Neigung oder auf Grund ihres Fachgebietes – allein arbeiten (vgl. Feyder 2011, 94).

Nicht ‚der Regelfall‘ sind die komplexeren Themen, die zunehmend in Teams bearbeitet werden. Das wiederum war vor ca. zwei Jahren noch eher die Ausnahme, scheint jetzt jedoch der Regelfall zu sein (vgl. Heinzle 2011, 83).

*„Aus meiner Sicht ist es themenabhängig. Also komplexe Themen werden grundsätzlich von zwei Leuten recherchiert und nicht von einem alleine. Während natürlich einfachere Themen auch von jemandem alleine gemacht werden. Das sind, glaube ich, dann immer Fragen der Nachhaltigkeit von Recherche auch. Zumindest habe ich es noch nicht erlebt, dass jetzt so jemand ein Thema ganz alleine durchzieht, was ganz komplex ist" (Feyder 2011, 94).*

Die Festen-Freien suchen sich für profunde Themenrecherchen zumeist einen festangestellten Kollegen als Partner (vgl. Feyder 2011, 94).

*„Ich spreche zum einen mit meinem Recherchepartner, den ich in der Regel habe. Das heißt, ich habe in diesem System Freier und Redakteur immer ein Pendant bei den Festangestellten, mit dem tausche ich mich aus“ (Feyder 2011, 89).*

Die Teamarbeit wird insbesondere bei komplexen Themen als Vorteil angesehen, da sich die Partner vorbehaltlos ihre Rechercheergebnisse und Quellen offen legen müssen und es schon allein dadurch a) zu einer Quellenkontrolle kommt und b) beide Partner zu der gleichen Einschätzung der Quellen kommen müssen, andernfalls können diese höchstens noch untergeordnet verwendet werden (vgl. Feyder 2011, 95).

Auch die Redaktionsleitung scheint Teamarbeit insbesondere bei profunden (investigativen) Recherchen zu genehmigen,

*„weil inzwischen alle, inklusive der Chefetage, wissen, dass bei sehr heiklen Themen es sehr nützlich ist, wenn zwei Kollegen den Termin wahrnehmen. Gerade mit Informanten oder mit Leuten, die man angreifen möchte oder wird“ (Heinzel 2011, 78).*

Die Entscheidung, wer mit wem welches Thema zusammen bearbeitet, treffen die Autoren selbst (vgl. Heinzele 2011, 78; Christ 2011, 31). Das gilt sowohl für die festangestellten Reporter wie für die Festen-Freien. Dabei wird Teamarbeit dann als vorteilhaft bewertet, wenn sich die Fähigkeiten und Kompetenzen der Partner ergänzen (vgl. NDR Info 2010 b, 400).

Allerdings gibt es auch Stimmen, die diese Entscheidungs-Autonomie sämtlicher Autoren bei der Auswahl ihrer Teampartner kritisieren:

*„Das ist eine Entwicklung, die ich mit einer gewissen Sorge sehe. Wie wir uns untereinander zusammen hocken, das hat ganz viel mit persönlicher Erfahrung, mit Nähe zu tun. Das entscheidet jeder autonom. Wenn es aber dazu kommt, dass Freie sich ihre Kooperationspartner selbst aussuchen und sagen, ich würde gerne mit dem Redakteur und den auch eigenständig ins Boot holen, meine ich, das ist eine Entwicklung, die ich sorgenvoll sehe, denn das kann nur Ergebnis eines redaktionellen Gesprächs sein. Unter uns Fünfen, Sechsen oder Sieben oder wie viele wir auch immer sind. Und sagen, so, du machst das mit dem, aber nicht umgekehrt. Das passiert aber“ (Schölermann 2011, 50).*

#### **15.2.4.2. Trimediale Zusammenarbeit – Auf Zuruf**

Bei NDR Info wird nicht nur auf Teamarbeit zwischen Kollegen des Reporterpools – bei entsprechend anspruchsvollen Recherchen - gesetzt, sondern

*„darüber hinaus hat es Seminare ‚Recherche in Trimedialität‘ gegeben, die eben die Zusammenarbeit mit Fernsehen und Internet befördern sollen, und - wir arbeiten zurzeit daran, das ist aber noch nicht in die Praxis umgesetzt - Rechercheseminare für Kollegen außerhalb des Reporterpools anzubieten“ (Marquardt 2011, 11).*

Zukünftig soll demnach die Recherche über die Grenzen des eigenen Mediums hinaus gefördert werden in Kooperation mit dem Reporterpool von NDR Info. Bislang läuft diese Teamarbeit eher bilateral (vgl. Christ 2011, 31) beziehungsweise auf informeller Ebene.

*Beispiel: „Die Kernbasis und Langzeitrecherche haben ich und Astrid Koral im Reporterpool gemacht. Zu einem späteren Zeitpunkt, aber der ist jetzt auch schon sechs Wochen her, ist dann eine Kollegin von ‚Markt‘ mit eingestiegen und hat z. B. einen Aspekt, nämlich einen Standort, an dem wir das zeigen wollen, komplett alleine betreut, mit Recherchen aber auch mit Dreh und Interviews, die wir einfach mitnutzen, wir waren da gar nicht. Und jetzt sehr kurzfristig steigt das Kulturjournal eventuell noch mit ein und würde dann aber auch einen speziellen Aspekt, der dort hinpasst, nämlich Denkmalschutz, mit Hinweisen und Unterlagen zu Ende recherchieren. Hoffentlich“ (Heinzle 2011, 75).*

Beobachten ließ sich eine Situation, in der sich ein Reporter massiv über die schlechte Absprache zwischen einer Fernseh-Redaktion und NDR Info beklagte. Aufgrund dieser mangelhaften Verständigung wurde im NDR-Fernsehen ein Beitrag gesendet, der mit dem recherchierten Material des Reporters viel höherwertiger hätte sein können. Eigentlich, so sinnierte der Reporter, wäre dies ein Paradebeispiel für Zapp<sup>56</sup>, das immer wieder schlechte Recherchen im Journalismus anprangern würde (vgl. NDR Info 2010 b, 405).

Die Zusammenarbeit mit dem Bereich ‚Online‘ hat sich in jüngster Zeit massiv verstärkt, allerdings mehr im Sinne eines besseren Eigenmarketings als im Sinne einer Zusammenarbeit im Bereich Recherche.

*„Seit wir selbst einen Onliner in der Redaktion sitzen haben, seit es ein Online-Angebot gibt, in dem unsere Sachen erheblich besser auffindbar sind, seitdem wir selbst mit dem System umgehen können, seitdem wir merken, wie wichtig das Internet für die Öffentlichkeitswirksamkeit unserer Geschichten ist, weil es einfach eine Referenz ist, auf die man Leute verweisen kann, oder die Leute auch finden, ohne dass sie uns hören. Und da sind noch viele Schritte, die noch nicht umgesetzt werden“ (Heinzle 2011, 82f).*

Während der Beobachtung wurde deutlich, dass die Reporter dem Onliner eigentlich zuarbeiten sollten, in dem sie ihn mit entsprechend aufbereitetem

---

<sup>56</sup> Zapp ist das Medienmagazin des NDR auf N3 (Fernsehen).

Internet-Material versorgen. Bislang scheint es eher umgekehrt zu sein. Der Onliner muss bei den Reportern um Material nachfragen und deren Beiträge für die Homepage entsprechend aufbereiten (vgl. NDR Info 2010 b, 377).

### **15.2.5. Rechercheertrag**

#### **15.2.5.1. Output an Beiträgen – Keine konkreten Vorgaben**

Bei NDR Info haben die Mitarbeiter des Reporterpools keine formelle Verpflichtung eine bestimmte Anzahl von Beiträgen abzuliefern (vgl. Heinzle 2011, 63).

*„Wir haben viele Recherchen, die tatsächlich erst nach 4,5,6 Monaten zu einem Ergebnis kommen und teilweise auch gar nicht zu so vielen Ergebnissen. Also, es kann sein, dass da dann nur 2-3 Beiträge bei rum kommen“ (Heinzle 2011, 64).*

Es wird informell darauf gesetzt,

*„dass die Kollegen schon von sich aus auch Wert darauf legen, im Programm präsent zu sein und nicht über Monate abwesend zu sein“ (Marquardt 2011, 11).*

*„Natürlich wird bei bestimmten Themen auch die Forderung da sein, dass bestimmte Kollegen das machen. Also, wenn Atom hochkocht, wird der Ruf nach Carsten Vick laut, wenn Rechtsextremismus hochkommt, nach Stefan Schölermann, und wenn es um Terrorismus geht, dann nach Joachim Hagen, weil das einfach Leute sind, die da entweder mit beauftragt sind oder sehr, sehr viel Kompetenz in den Bereichen haben, und dann möchte man die natürlich auch hören. Mit Reportagen, mit Gesprächen oder mit Kommentaren“ (Heinzle 2011, 65).*

Dass das Kalkül der Redaktionsleitung, verstärkt auf ein quasi informelles Verantwortungsbewusstsein der Reporter zu setzen, aufzugehen scheint, ließ sich beobachten.

Beispiel: Der Reportage-Planer hatte am vorausgegangenen Wochenende auf aktuelle Geschehnisse aus seinem Themenfeld ‚Rocker‘ reagiert und einen Beitrag für den Montag produziert, auch vor dem Hintergrund, dass RTL diese Thematik ebenfalls prominent ins Programm nehmen wollte (vgl. NDR Info 2010 b, 369). Einen weiteren Beitrag zur Rocker-Thematik produzierte er am Montag während seiner Reportage-Planerschicht für Dienstag (vgl. NDR Info 2010 b, 375).

Dass der Output an Beiträgen der NDR Info Reporter auch ohne konkrete Vorgaben der Redaktionsleitung offenbar befriedigend ausfällt, belegen Aus-

sagen aus den Bereichen der Entscheidungs- und Operationsebene gleichermaßen:

*„Weil mittlerweile der Output auch ein hoher ist. Also die recherchieren nicht im Stillen vor sich hin und machen dann einmal im Monat einen Beitrag, der unglaublich investigativ ist, aber ansonsten nur einmal gesendet werden kann, sondern der Output an normalen Stücken ist relativ groß. Da kommt auch was“ (Christ 2011, 23).*

*„Hätte er (der Aktuell-Planer; Anm. Verf.) uns nicht als Reporter, wäre da eine Vielzahl von leeren Plätzen im Programm, bei denen er sich bemühen müsste, die zu füllen“ (Schölermann 2011, 42).*

Darüber hinaus muss der Aktuell-Planer realistisch mit den Kapazitäten seines einzigen Aktuell-Reporters umgehen:

*„Wir haben hier einen Aktuell-Reporter. Wenn ich den jetzt beauftrage, recherchiere mal eine Woche ein bestimmtes Thema, dann habe ich den die ganze Woche nicht. Was ist dann, wenn mir am nächsten Tag eine andere super Idee kommt, dann stehe ich doof da“ (Christ 2011, 31).*

Insofern wird sowohl vom Aktuell-Reporter, als auch von den beauftragten Autoren in den Landesfunkhäusern und -studios erwartet, dass ihr Output zeitnah erfolgt.

*„Das Geschäft ist auch zu schnelllebig geworden. Wir können keinen Autor beauftragen, zwei, drei Tage an einer Geschichte zu recherchieren. Das muss schneller gehen“ (Christ 2011, 22).*

#### **15.2.5.2. Rechercheaufwand – Anything goes**

Der Reporterpool wird von der Redaktionsleitung an einer sehr langen Leine geführt (vgl. Marquardt 2011, 14). Dabei entscheiden zumindest die festangestellten Reporter selbst, ob sie eher aktuelle Reportagen produzieren oder sich fast ausschließlich mit Langzeitrecherchen beschäftigen (vgl. Heinzle 2011, 62f).

Sowohl bei der Redaktionsleitung als auch bei den Reportern selbst wird Wert darauf gelegt, dass die Reporter über ihre Themen- und Rechercheansätze selbst entscheiden (vgl. Marquardt 2011, 14).

*„Ich arbeite sehr viel mit externen Partnern zusammen. Sei es mit anderen Zeitungen, Kollegen aus anderen Funkhäusern, ich arbeite sehr viel mit Informanten, mit Quellen, da habe ich hier im Hause wenig Hilfe zu erwarten, erwarte ich auch nicht. Insofern findet meine Recherche mehr vor Ort statt als vielleicht die von anderen“ (Schölermann 2011, 44).*

Es ließ sich beobachten, dass von den Reportern erwartet wird, einerseits auf aktuelle Entwicklungen schnell zu reagieren, andererseits einem Thema durchaus auch den Raum für eine anspruchsvolle Recherche zu geben.

Beispiel 1: Ein festangestellter Reporter aus dem Pool, der für den erweiterten Themenbereich ‚Atomenergie‘ zuständig ist, sollte einen Kommentar zum Thema ‚Leukämie-Erkrankungen beim Endlager Asse‘ erstellen, sowie möglichst schnell eine personalisierte Reportage liefern (vgl. NDR Info 2010 b, 410). Beides wurde abgeliefert, basierend auf Langzeitrecherchen und daraus resultierenden Kontakten zu ehemaligen ‚Asse-Mitarbeitern‘ (vgl. NDR Info 2010 b, 413).

Beispiel 2: Auf einer Redaktionskonferenz kam das Thema ‚Notaufnahmen in Hamburgs Krankenhäusern an Wochenende überfüllt durch Normalpatienten‘ aufs Tapet (vgl. NDR Info 2010 a, 365). Mit der Recherche wurde ein fester freier Wochenreporter betraut, der darüber hinaus weitere Themen bearbeitete. Er recherchierte sowohl innerhalb als auch außerhalb der Redaktion (vgl. NDR Info 2010 b, 372f) und lieferte zehn Tage nach der Redaktionsitzung einen fertigen Beitrag ab (vgl. NDR Info 2010 b, 407).

Zwar gibt es – je nach Weltlage - durchaus einen zeitlichen Druck, ein Thema aktuell umzusetzen, grundsätzlich besteht bei NDR Info aber kein Zeitlimit, eine Recherche beenden zu müssen (vgl. Feyder 2011, 85).

*„Zwischen einem Tag und einem Jahr. Und ausbremsen findet nicht statt, wenn, dann durch die Praxis des Alltags, dass man andere Dinge aufgehalst bekommt, die einen dann vom Recherchieren abhalten“ (Heinzle 2011, 77).*

Während der Beobachtung wurde deutlich, dass es bei NDR Info Raum für anspruchsvolle und profunde (auch investigative) Recherchen gibt:

Beispiel 1: Das Thema Kundendatenhandel bei easycash wurde von einem festangestellten und einem festen freien Reporter bearbeitet (vgl. NDR Info 2010 b, 373; 380; 383; 388; 390; 393).

Beispiel 2: Bei der Thematik rund um das Unternehmen ECE (Shoppingcenterbetreiber) arbeitete der NDR Info-Reporter mit Kollegen vom Fernsehen zusammen (vgl. Heinzle 2011, 74; NDR Info 2010 b, 411f).

Beispiel 3: Das Thema Datenschutzverstöße bei der Hamburger Sparkasse bearbeitete ein Reporterteam, bestehend aus einem Festangestellten und einem Festen-Freien (vgl. NDR Info 2010 b, 391).

Es ließ sich weiter beobachten, dass die Reporter bei NDR Info während ihrer journalistischen Arbeit (Recherchen, Produzieren etc.) durchaus Zeit für Pausen hatten (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 373).<sup>57</sup>

Von den weiteren für NDR Info tätigen Autoren wird hingegen in der Regel ein zeitnaher Output erwartet. Auch wenn die Autoren zwar grundsätzlich zu mehr Recherche bereit wären, „*aber sagen mit 155 Euro für sechs Tage Recherche und zwei Tage Produktion, das haut da irgendwie nicht hin*“ (Heinzle 2011, 69).

## **15.2.6. Autonomie**

### **15.2.6.1. Landesfunkhäuser – Fürstentümer der ARD**

Die NDR Landesfunkhäuser und deren Studios sind für die Berichterstattung aus ihrem Sendegebiet zuständig und können dabei autonom entscheiden, welche Themen bearbeitet und z.B. als Beitrag angeboten werden (vgl. NDR Info 2010 b, 371).

Die angebotenen Beiträge werden - wie von anderen Redaktionen auch - ins sogenannte Intranet gestellt (vgl. NDR Info 2010 a, 363). Alle NDR Wellen können sich aus diesem Angebot bedienen (vgl. NDR Info 2010 b, 391; 399). Die Planer und RvD von NDR Info können darüber hinaus Beiträge in den Funkhäusern und deren Studios bestellen, das heißt, sie können den Wunsch nach Berichterstattung zu einem bestimmten Thema äußern.

Es ließ sich mehrfach beobachten, dass die Planer von NDR Info in einem Studio anriefen und um die Bearbeitung eines Themas baten, sogar versuchten, inhaltlichen Einfluss zu nehmen (vgl. NDR Info 2010 b, 383), dann aber akzeptieren mussten, was das Studio lieferte (vgl. NDR Info 2010 b, 383; 391).

Das heißt, NDR Info hat keinerlei Befehlsgewalt, „*wir können letztlich nur um Beiträge bitten*“ (Marquardt 2011, 6).

Es ließ sich beobachten, dass (selbst) die Chefredakteurin und Wellenchefin von NDR Info während einer Telefonkonferenz mit den Vertretern der Landesfunkhäuser (und dem WDR) den Wunsch nach einer bestimmte Berichter-

---

<sup>57</sup> Es ließ sich beobachten, dass auch die Planer und die RvD Zeit für Pausen haben (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 375; 405f).



stattung als Bitte formulierte und als Antwort nur die unverbindliche Zusage erhielt, diese Bitte weiterzutragen (vgl. NDR Info 2010 b, 395).

Problematisch scheint für die Landesfunkhäuser das von NDR Info benötigte Beitragsformat zu sein, der sogenannten BmE.

*„In der Tat ist es auch eine Formatfrage, weil die Landesprogramme, für die die Kollegen aus den Landesfunkhäusern in erster Linie tätig sind, in der Regel nur Kurzberichte senden und wir längere Formate brauchen“ (Marquardt 2011, 6).*

Während der Beobachtung wurde sehr deutlich, dass sowohl die Formatfrage als auch die Stellung der Funkhäuser gegenüber NDR Info von allen Ebenen als Problem angesehen wurde:

Beispiel 1: Auf einer Reporterpool-Sitzung wurde kritisiert, dass es aus den Funkhäusern keine BmE als Frühangebote gibt. Ein Vorschlag lautete, den Studios auf dem kurzen Dienstweg Hilfe anzubieten oder aber immer alles zu bestellen, was NDR Info benötigt. Wenn das dann nicht geliefert würde, hätte man eine Argumentationsmöglichkeit, um die Problematik auf Leitungsebene zu klären (vgl. NDR Info 2010 b, 402).

Beispiel 2: Auf einer Redaktionskonferenz wurde die Zusammenarbeit mit einem Landesstudio beim Thema ‚Morde in Bodenfelde‘ kritisiert. Es gab insgesamt zu wenig Material, auch zu wenig BmE. Die Chefredakteurin konstatierte daher, dass es offenbar an Know how über ARD-Standards<sup>58</sup> fehle (vgl. NDR Info 2010 b, 394).

In den Interviews wurde diese Problematik zwar nicht negiert, aber sie wurde teilweise als ‚gesunde Konkurrenz‘ beschrieben:

*„Da bin ich inzwischen gelassen geworden. Das ist etwas, was, glaube ich, in jedem größeren Betrieb auftritt und auch einen Vorteil hat, dass Konkurrenz das Geschäft belebt“ (Marquardt 2011, 6).*

*„Es gibt auch Konkurrenz. Fachliche, inhaltliche Konkurrenz, journalistische Konkurrenz, das halte ich vergleichsweise für gesund, weil, das muss auch so sein. Jeder verteidigt in der Regel sein Gebiet, und jeder will besser sein als der andere, das ist normale Konkurrenz, die zum Geschäft gehört“ (Schölermann 2011, 41).*

---

<sup>58</sup> Als ARD-Standard für die Bearbeitung eines aktuellen Themas gilt: Ein kurzer Nachrichtenbeitrag, ein langer Beitrag (BmE), ein kurzes Interview mit drei Fragen und drei Antworten sowie eine Live-Schalte (vgl. NDR Info 2010 b, 394).

NDR Info kann zwar seine Reporter in den Verantwortungsbereich der Landesfunkhäuser entsenden (siehe Kapitel 15.2.1.3.), um zum Beispiel ‚Lückenthemen‘ zu besetzen (vgl. Heinzle 2011, 67), aber *„da gibt es gewisse Empfindlichkeiten“* (Marquardt 2011, 6), die sich letztlich noch am ehesten über das Argument der speziellen Fachkompetenz der NDR Info-Reporter bereinigen lassen (vgl. Heinzle 2011, 66).

Es ließ sich beobachten, dass mehrfach kritisiert wurde, dass NDR Info keinerlei Zugriff auf die Planung der Landesfunkhäuser und deren Studios hat (vgl. NDR Info 2010 b, 384). Informationen über geplante Beiträge gelangen daher teilweise nur über informelle Kanäle zu NDR Info (vgl. NDR Info 2010 b, 382).

Um die Autonomie der Funkhäuser zu umgehen, versuchen die Planer von NDR Info (gelegentlich) auf bilateraler Kollegenebene an Beiträge im entsprechenden Sendeformat zu kommen. Als Gegenleistung wird ein guter Sendeplatz versprochen.

Es ließ sich beobachten, dass der Reportage-Planer einen Kollegen in einem Landesstudio überredete, eine Reportage zum Thema BSE als Extrabeitrag für NDR Info anzufertigen. Als Gegenleistung wurde ein Sendeplatz in der Primetime am Morgen vereinbart. Der Beitrag wurde nicht wie vereinbart gesendet, der Kollege beschwerte sich schon morgens per Mail (vgl. NDR Info 2010 b, 393). Der auf der Redaktionskonferenz vorgebrachten Kritik des Reportage-Planers begegnete die Chefredakteurin mit dem Hinweis, dass Kollegen-Rücksicht kein Sendeplatz-Kriterium sei (vgl. NDR Info 2010 b, 394).

#### **15.2.6.2. Redakteure – Entscheidungsfrei (fast immer)**

Die Redakteure des Reporterpools bei NDR Info sind (weitgehend) autonom in ihren Entscheidungen, wie und in welche Richtung sie recherchieren (vgl. Feyder 2011, 91). Das liegt in ihrer Verantwortung (vgl. Christ 2011, 25).

*„Es gibt keine Anweisung nach dem Motto: Diesem Politiker treten wir nicht auf den Fuß, oder das ist ein Thema, das wir nicht mögen“* (Heinzle 2011, 77).

Als Ausnahme gilt der Medienbereich, insbesondere, wenn es um Berichte über die ARD oder den NDR geht.

*„Das sind natürlich Beiträge pro domo, auch wenn sie journalistisch gemacht sind und auch gut zu hören sind. Aber da sind wir mit Sicherheit nicht komplett unabhängig. Das ist aber kein Medium“ (Heinzle 2011, 77).*

Darüber hinaus gibt es natürlich thematische Grenzen,

*„wenn die Auswirkungen des Themas auf den deutschsprachigen Raum bzw. auf Deutschland nicht mehr erkennbar werden“ (Feyder 2011, 93).*

Einige Redakteure scheinen auch aufgrund ihrer Funktion recht autonom zu agieren. Während der Beobachtung wurde deutlich, dass die Nachrichten nicht ohne weiteres eine exklusive Recherche aus dem Reporterpool auf eine Top-Position setzen, vor allem dann nicht, wenn es keine weiteren Agenturmeldungen oder ähnliches zu der Thematik gibt (vgl. NDR Info 2010 b, 400).

## **15.2.7. Kommunikation**

### **15.2.7.1. Redaktionssitzungen – Formelle Informationsplattform**

Wie bereits ausgeführt, sind die Redaktionssitzungen sehr formell-hierarchisch strukturiert und dienen in erster Linie als Informationsplattform und weit weniger als Ort für konkrete Handlungsvereinbarungen (siehe Kapitel 15.2.1.1.).

Es ließ sich beobachten, dass die kommunikative Ansprechhaltung der Konferenzteilnehmer grundsätzlich der Leitungsebene galt und sich in der Sitzordnung spiegelte: Die Vertreter der Redaktionsleitung saßen den restlichen Teilnehmern gegenüber (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 378). Dabei blieb der Umgangston durchweg freundlich (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 384). Die referierten Informationen der Vertreter der einzelnen Ressorts wurden zumeist kurz und bündig vorgetragen. Da nicht zu beobachten war, dass irgendein Teilnehmer Vorgetragenes protokollierte, wurden manche Themen bis zu fünf Mal auf den verschiedenen Konferenzen vorgetragen (vgl. NDR Info 2010 b, 407).

Es gibt NDR Info-Strukturen, die offenbar immer wieder Anlass für Diskussionen sind. So ließ sich auf zwei Redaktionssitzungen beobachten, dass die Teilnehmer über Kriterien zur Programmöffnung diskutierten.

Beispiel 1: Ein Reporter des Pools kritisierte aus aktuellem Anlass das Verfahren bei NDR Info, wie und wann Eilmeldungen im Programm vorgezogen

werden können mit dem Verweis auf Onlinemedien wie Spiegel Online, die das auch und eben schneller machen. Es entstand eine Debatte über die (alte) Kontroverse im Journalismus: Geschwindigkeit versus Genauigkeit. Die Redaktionsleitung stellte sich hinter die Entscheidung des RvD, das Programm nicht zu brechen, und verwies auf klar formulierte Grenzen für einen Programmbruch sowie auf die Möglichkeit, innerhalb der Moderation auf eine aktuelle Entwicklung und gleichzeitig auf die Quellenlage hinzuweisen (vgl. NDR Info 2010 b, 384ff).

Beispiel 2: Die Chefredakteurin erklärte auf einer Redaktionskonferenz, dass zukünftig das Programm nach Absprache vermehrt für Live-Übertragungen, insbesondere aus dem politischen Bereich, geöffnet werden solle. Hintergrund war die Entscheidung, eine Live-PK der Polizei zu den Morden in Boltenfelde (Niedersachsen) zu senden, was auf deutliche Kritik beim Reportage-Planer stieß, der darauf verwies, dass eine Polizei-PK keinerlei journalistische Einschätzung mehr böte. Die Chefredakteurin erbat weitere Meinungsäußerungen, es entstand eine kurze Debatte von ca. zehn Minuten. Als Conclusio hieß es seitens der Redaktionsleitung, dass die Entscheidung zum Programmbruch nicht leichtfertig gefällt werden dürfe und dass das Programm auf keinen Fall dauernd für ‚Sex and Crime‘ Themen geöffnet werden würde (vgl. NDR Info 2010 b, 394).

Es ließ sich weiter beobachten, dass bei NDR Info, obwohl es Sendepläne (Institutionalisierung) gibt (vgl. NDR Info ohne Datum, 414), darüber hinaus offenbar informelle Absprachen auf der Entscheidungsebene erwartet werden.

Beispiel: Auf einer Redaktionskonferenz zeigte sich, dass ein bestimmter Interviewpartner sowohl vom Aktuell-Planer als auch vom RvD angefragt worden war. Die Chefredakteurin mahnte eine bessere Kommunikation der Beteiligten (Entscheidungsebene) an und verwies auf die Außendarstellung von NDR Info, die darunter leiden könnte (vgl. NDR Info 2010 b, 365).

Insgesamt bieten die Redaktionskonferenzen bei NDR Info zwar durchaus Raum für kritische Kommunikation, sie dienen allerdings in erster Linie der Herstellung einer (möglichst) einheitlichen Redaktionsmeinung (siehe Kapitel 8.2). Darüber hinaus wurde deutlich, dass informell koordinierende Kommunikation, also diskursive Koordinierung (siehe Kapitel 7.3.), von der Leitungs-

ebene erwünscht beziehungsweise sogar als Selbstverständlichkeit betrachtet wird.

#### **15.2.7.2. RvD-Insel – Nicht mehr als nötig**

Die Beobachtung der mit drei Mitarbeitern<sup>59</sup> besetzten RvD-Insel im Newsroom ergab, dass dort vornehmlich über die Organisation des Programms kommuniziert wird (vgl. NDR Info 2010b, 386f; 396f; 405f). Der Ton blieb kollegial, harsche Anweisungen ließen sich nicht beobachten, teilweise haben sich Kollegen mit ‚Sie‘ angeredet (vgl. NDR Info 2010b, 396f).

Informelle Kommunikation zwischen Vertretern gleicher oder unterschiedlicher Ebenen ließ sich kaum beobachten, Ausnahme war ein Gespräch zwischen dem Echo-Redakteur und dem Rvd über die Platzierung eines Beitrages (vgl. NDR Info 2010 b, 396). Kommunikation – gleich welcher Art – mit dem Aktuell-Planer ließ sich ebenfalls nicht beobachten, auch Beitragsabnahmen fanden während der Beobachtungszeiten nicht statt, soll es aber geben:

*„Das findet meistens am Platze statt. Autor kommt, legt sein Manuskript vor. Der Redakteur vom Dienst nimmt es ab und findet es gut oder nicht“ (Christ 2011, 28).*

#### **15.2.7.3. Planungsbüro – Kommunikativer Schmelztiegel**

Im Planungsbüro arbeiteten während der Beobachtung drei Personen: Der Reportage-Planer, der Aktuell-Planer und der Planungsassistent. Darüber hinaus gibt es für den Aktuell-Reporter einen Arbeitsplatz, der aber während der kompletten teilnehmenden Beobachtung verwaist blieb. Im Planungsbüro findet werktäglich um 9 Uhr 45 eine institutionalisierte Sitzung des Reporterpools statt.

Die Beobachtung der Reporterpool-Sitzungen ergab, dass diese werktägliche Zusammenkunft in erster Linie a) der Programmkritik, b) dem Ausloten des Pool-Stellenwertes, c) der Koordinierung der Reporterressourcen, d) der Themen-Generierung und e) dem Anstoß von (Grundsatz-) Debatten dient:

Es ließ sich beobachten, dass auf den Reporterpool-Sitzungen sehr ausführlich das morgendliche Programm kritisiert (positiv wie negativ) wurde (vgl. ex. NDR Info 2010 a, 363; NDR Info 2010 b, 369f). Dabei haben die Reporter das Frühprogramm teilweise sehr ausführlich gehört (vgl. ex. NDR Info 2020

---

<sup>59</sup> RvD, Libero, Assistent

b, 382). Bei der Kritik kamen sowohl Beiträge der Reporter-Kollegen (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 402; 409) als auch Beiträge aus den Landesstudios (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 382) zur Sprache. Diskussionspunkte waren zum Beispiel die Relevanz eines Themas (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 402), die Themenumsetzung (vgl. NDR Info 2010 a, 363) oder sogar einzelne Formulierungen (vgl. NDR Info 2010 b, 382; 409). Des Öfteren wurde über die Entwicklung eines Themas (z.B. ex. das Thema Easycash; siehe Kapitel 15.5.2.) und damit auch die dazugehörigen Rechercheergebnisse gesprochen (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 382; 409).

Gelegentlich wurde aus der Sitzungsrunde ein Impuls für ein Thema (vgl. NDR Info 2010 a, 362; NDR Info 2010 b, 382) oder einen Themenaspekt (vgl. NDR Info 2010 b, 409) gegeben, der zu einer konkreten Handlungsvereinbarung führte (vgl. NDR Info 2010 b, 402). Jeweils zu Beginn und Ende der Woche fragte der Reportage-Planer nach Themenideen und nach den Kapazitäten der Reporter (vgl. NDR Info 2010 a, 363; NDR Info 2010 b, 369; 409).

Ebenfalls ein mehrfach wahrgenommenes Gesprächsthema auf diesen Reporterpool-Sitzungen war die Platzierung der Beiträge, sowohl nach ihrer Versendung (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 402) als auch mit Blick auf potentielle Überschneidungen originärer Reportagen aus dem Pool (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 409).

Es konnte beobachtet werden, dass sich Debatten über Grundsätzliches aus den Reporterpool-Sitzungen in die Redaktionskonferenzen verlängerten, wie beispielsweise die Debatte über den Umgang mit der Autonomie der Landesfunkhäuser oder die Debatte über die Thematik der Programmöffnung (vgl. NDR Info 2010 b, 382; siehe Kapitel 15.2.6.1.).

Abseits der Reporterpool-Sitzungen ergaben weitere Beobachtungen im Planungsbüro, dass dort explizit über Rechercheergebnisse gesprochen wird.

Beispiel 1: Der Reportage-Planer telefonierte mit einem Reporter und fragte explizit nach seinen Rechercheergebnissen zum Thema ‚Frauenhaus‘. Während des Gesprächs wurde das weitere Vorgehen erörtert (vgl. NDR Info 2010 b, 376).

Beispiel 2: Der Reportage-Planer und der Wochenreporter tauschten sich über das Beitragsthema ‚Aids‘ aus. Der Reporter erzählte von seinen Rechercheergebnissen und es wurde über Möglichkeiten diskutiert, dieses Thema umzusetzen (vgl. NDR Info 2010 b, 388f).

Beispiel 3: Ein fester freier Wochenreporter kam zum Reportage-Planer und stellte zunächst die Rechercheergebnisse eines direkten Arbeitsauftrages vor. Da dabei klar wurde, dass sich dieses Thema derzeit nicht umsetzen ließ, wurde es vertagt. Danach berichtete der Reporter von einer Geschichte, die sich zufällig bei den Recherchen zum Thema Datenschutz ergeben hatte. Es wurde verabredet, daraus einen Beitrag zu produzieren (vgl. NDR Info 2010 b, 406).

Beispiel 4: Der Reportage-Planer sprach mit einem festen freien Reporter, der für den NDR auch als Recherchetraîner arbeitet, über dessen Vorbereitungen zu einem Rechercheseminar. Sie tauschten sich über Recherchemethoden aus und erzählten von einer simplen Aktenrecherche (Überprüfungsrecherche = einfache Recherche), die sich zu einer Skandal-Geschichte (profunde Recherche) entwickelte (vgl. NDR Info 2010 b, 405).

Es ließ sich weiter beobachten, dass das Planungsbüro der Ort ist, an dem Impulse für Recherchen gegeben wurden, sowohl seitens der Planer selbst (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 376 und 389 [Winterthema]), als auch seitens der Reporter (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 406) sowie auch gelegentlich seitens anderer Funktionsträger (vgl. NDR Info 2010 b, 405). Auch wurden hier konkrete Handlungsverabredungen getroffen (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 388; 406).

Insgesamt betrachtet verlassen die Planer nur selten das Büro, da sehr viel Kommunikation über das Telefon stattfindet (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 388f).

*„Das Problem ist, in dem Moment, wo ich Planer bin, muss ich erreichbar sein. Da gehen am Tag 100 oder 150 Telefonate ein. Da kann ich mich nicht einfach mal eine Stunde zurückziehen“ (Schölermann 2011, 48).*

Insofern ließ sich (viel) Telefonkommunikation beobachten, aber auch (wesentlich seltener) face-to-face-Kommunikation mit Kollegen, die ins Planungsbüro kommen, um dort in aller Regel mit dem Reportage-Planer über Themenideen, Rechercheergebnisse, Beitragsabnahmen u.ä. zu sprechen.

Insgesamt zeigte sich, dass im Planungsbüro explizit über Recherche kommuniziert wird. Dabei dient die Kommunikation auf den institutionalisierten Reporterpool-Sitzungen neben der Koordinierung von Themen und Personal vor allem der Programmkritik. Hierbei ist zwischen inhaltlicher Kritik an den Beiträgen und damit auch den Rechercheergebnissen der Reporter und Autoren sowie der Platzierung der Reporter-Beiträge zu unterscheiden. Letztere Kritik dient vor allem dazu, den aktuellen Stellenwert des Reporterpools in der Redaktion auszuloten.

Insgesamt ist Kommunikation über Recherche nur zeit- und örtlich institutionalisiert, nicht jedoch inhaltlich.

Kommunikation im Planungsbüro ist dann formell, wenn es um konkrete Handlungsverabredungen mit Reportern oder Autoren der Landesfunkhäuser und deren Studios geht. Ansonsten sind Gespräche über Recherche unter Kollegen (im Planungsbüro) in der Regel informell im Sinne eines gemeinsamen Nachdenkens (vgl. Schölermann 2011, 48).

Das Informelle als integraler Bestandteil von NDR Info wird im Planungsbüro insofern deutlich, als von den Reportern und Planern im Grunde erwartet wird, dass sie sich durch genügend kommunikative Kritik gegenseitig kontrollieren, um einerseits sich und den Sender nicht angreifbar zu machen, andererseits ihren Stellenwert innerhalb der Redaktion auszuloten beziehungsweise zu festigen.

#### **15.2.7.4. Reporterzimmer – Viel Austausch**

Das Reporterzimmer bei NDR Info hat drei Arbeitsplätze, an denen zumeist die festen freien Reporter arbeiten.

Es ließ sich beobachten, dass bei den Festen Freien zwar jeder an seinem Thema beziehungsweise an seinen Themen arbeitet (vgl. NDR Info 2010 b, 373), sie sich aber gegenseitig gerne – teilweise sogar sehr ausführlich – ihre Rechercheergebnisse erzählen (vgl. NDR Info 2010 b, 374).

Darüber hinaus zeigte die Beobachtung, dass bei Teamrecherchen die Kommunikation zwischen Festen Freien und festangestellten Reportern auf Zuruf geschieht (vgl. NDR Info 2010 b, 373 und 388 [easycash]).

*„Ich spreche zum einen mit meinem Recherchepartner, den ich in der Regel habe. Das heißt, ich habe in diesem System Freier und Redakteur immer ein Pendant bei den Festangestellten, mit dem tausche ich mich aus. Das Zweite ist, dass ich mir die Kompetenz der Leute im Recherchepool auch unabhängig davon hole, ob ich die jetzt andocken muss oder nicht“ (Feyder 2011, 89).*



In einem Gespräch wurde deutlich, dass die Reporter durchaus unterschiedliche Auffassungen von der Aufbereitung von Rechercheergebnissen hatten: Während zwei Reporter mit der Aufbereitung der Rechercheergebnisse als Hintergrundbeitrag zufrieden waren, hätte der dritte Reporter daraus eher ein Skandal-Stück gemacht (vgl. NDR Info 2010 b, 372).

#### **15.2.7.5. Reporterbüros und Büroflur – Wenig ‚Klönschnack‘**

Die Fachredakteure (z.B. Rechtspolitik) sowie die festangestellten Reporter des Pools arbeiten bei NDR Info in Einzelbüros. Es ließ sich daher nur sehr schwer beobachten, ob und wie es in den Büros zu Kommunikation kam, denn die Bürotüren waren zum Teil geschlossen. Es ließ sich allerdings beobachten, dass der Büroflur vor den Einzelbüros nur selten zu Gesprächen genutzt wurde (vgl. NDR Info 2010 b, 404), obwohl es dort eine Stehtisch-Konstruktion gibt, die offensichtlich für Kommunikation gedacht ist. Es darf wohl angenommen werden, dass sich zumindest bei Teamrecherchen die Reporter gelegentlich in einem Büro zum Gedankenaustausch verabreden. Beobachtet werden konnte das nur einmal (vgl. NDR Info 2010 b, 412).

#### **15.2.7.6. Lobfrage – Reporter im Licht, Maschinenraum im Schatten**

Sowohl bei der teilnehmenden Beobachtung als auch bei den Leitfadenterviews wurde deutlich, dass bei NDR Info insbesondere von der Leitungsebene kommunizierte Anerkennung für die Mitarbeiter eine wichtige Rolle spielt (siehe Kapitel 7.2.).

Es ließ sich beobachten, dass im Grunde auf jeder Redaktionskonferenz Beiträge gelobt wurden (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 370f; 383f). Dabei kam die Anerkennung ausschließlich von Vertretern der Entscheidungsebene, insbesondere die Beiträge des Reporterpools wurden - gelegentlich sogar namentlich - gelobt (vgl. ex. NDR Info 2010 b, 402; 410), und damit natürlich auch die dahinter stehende Rechercheleistung.

*„Das wiederum führt dazu, das sicherlich manche auch die Mitglieder aus dem Reporterpool um ihre herausgehobene Stellung beneiden“ (Schölermann 2011, 42).*

Von der Leitungsebene waren hingegen keine lobenden Äußerungen über Beiträge des Reporterpools zu hören.<sup>60</sup> Auch konnte nicht beobachtet werden, dass auf irgendeiner Konferenz (morgens oder nachmittags) die Redaktionsleitung explizit die Arbeit des RvD oder Planers (Entscheidungsebene) mit einem Lob bedachte, allenfalls wurde einmal die Platzierung eines Beitrages als richtig angesehen (vgl. NDR Info 2010 b, 395).

*„Das ist so der Maschinenraum. Den gibt es zwar, aber den lobt man nicht unbedingt“ (Christ 2011, 21).*

Dass mangelnde Anerkennung durchaus demotivierend sein kann, ist der Redaktionsleitung dabei durchaus bewusst:

*„Das muss man einfach menschlich verstehen. Wenn über den NDR berichtet wird, ist es so, dass im Augenblick in der Regel über den Reporterpool berichtet wird. Und wenn der Intendant eine Betriebsversammlung abhält, dann wird - wenn er über NDR Info spricht - in erster Linie der Reporterpool erwähnt. Dann finde ich es menschlich verständlich, wenn diejenigen, die hier Früh-, Tag- und Spätschichten kloppen und sich wirklich reinhängen in das Geschäft und dafür sorgen, dass kein Thema verpasst wird und das auch ordentlich auf den Sender kommt, dass die natürlich auch gelegentlich ein bisschen Anerkennung haben wollen“ (Marquardt 2011, 10f).*

Ob ein möglicher Mangel an kommunizierter Anerkennung der Mitarbeiter im ‚Maschinenraum‘ demotivierend sein kann oder gar Arbeitsabläufe verändern kann, das ließ sich nicht beobachten.

*„Es gibt sicherlich Neidfaktoren, die da mit reinspielen, und wo es dann in den Verfahrensabläufen zu Verzögerungen kommt, die aber dann mehr individuell bedingt sind als systemimmanent“ (Feyder 2011, 86).*

Es ließ sich sowohl während der Reporterpool-Sitzungen als auch im Reporterzimmer beobachten, dass sich die Reporterkollegen gegenseitig für Beiträge lobten, allerdings nicht immer einstimmig (vgl. NDR Info 2010 b, 372; 402; 409). Darüber hinaus wurde bei den Erzählungen der Reporter über ihre Recherchen einerseits ihre journalistische Leidenschaft deutlich, andererseits wurde aber auch die Intention deutlich, mit den Rechercheergebnissen beeindruckend zu wollen, sich sozusagen ein Lob abzuholen (vgl. NDR Info 2010 a, 366; NDR Info 2010 b, 369).

---

<sup>60</sup> In den Interviews wurde die große Anerkennung für den Reporterpool deutlich. *„Das wird ja auch stark von der Führung des Hauses wahrgenommen, und der Reporterpool ist für den NDR eine Art Leuchtturmprojekt und insofern haben die Reporter innerhalb unserer Redaktion ein hohes Ansehen“ (Marquardt 2011, 10).*

## **15.3. Politische Einflussfaktoren**

### **15.3.1. Senderselbstverständnis**

Für das Senderselbstverständnis von NDR Info ist die Sinnvermittlung über die Rolle und Aufgabe dieser NDR-Welle von Bedeutung und in diesem Zusammenhang das Verhältnis zur und die Möglichkeiten von Recherche. Dabei geht die Sinnvermittlung zwar in erster Linie von der Leitungsebene aus, die Parameter setzt, sie ist jedoch keine hierarchische Einbahnstraße, sondern entfaltet sich erst in ihrer Wechselwirkung zwischen den (Hierarchie-) Ebenen (siehe Kapitel 7.2.).

#### **15.3.1.1. Sinnvermittlung I – Infosender mit Exklusiv-Recherchen**

Innerhalb des Norddeutschen Rundfunks hat NDR Info die Rolle des Informationsprogramms. Es liefert den Hauptteil des Tages aktuelle Berichterstattung und wendet sich an Hörer, die sich für Informationen interessieren (vgl. Marquardt 2011, 3).

*„Die uns nicht den ganzen Tag hören, sondern eben gezielt einschalten dann, wenn sie hören wollen, was in der Welt los ist, was sich verändert hat und denen wir dann innerhalb von einer Viertelstunde einen guten Überblick über das Geschehen geben. Es gibt natürlich auch Hörer, die uns länger hören, aber wir haben eben aus der Entwicklung auch des Hörstils gelernt, dass eben immer weniger Hörer bereit sind, lange Wortstrecken über längere Zeit zu hören, und denen wollen wir eben in relativ kompakter und kurzer Form diese Informationen bieten“ (Marquardt 2011, 3).*

Dafür ist NDR Info nicht als klassisches Begleitmedium konzipiert, die Ansprechhaltung zielt dementsprechend nicht auf „Durchhörbarkeit“ (vgl. Marquardt 2011, 4).

Schon seit seinem Programmstart hat NDR Info Meinungsbeiträge, wie zum Beispiel Kommentare und Glossen, im Programm und gilt insofern nicht als klassischer Nachrichtensender wie andere Infoprogramme der ARD.

*„Wir wollen nicht nur das ganz tagesaktuelle Abspielprogramm für Nachrichten sein, sondern auch Einordnung bieten, Hintergründe bieten und auch eigene Themen setzen“ (Marquardt 2011, 4).*

Für die ‚eigenen Themen‘ ist bei NDR Info in erster Linie der Reporterpool zuständig. Insbesondere mit investigativen Recherchen, wie zum Beispiel über die HSH-Nordbank (vgl. NDR 2010) gelang einige Male ein exklusives Agenda-setting.

Insgesamt zeigte sich, dass NDR Info weder von der Konzeption her ein klassisches Nachrichtenradio ist noch als solches angesehen werden soll. Wichtig erscheint der Redaktionsleitung, dass der Sender als ein Informationsprogramm wahrgenommen wird, dessen Berichterstattung stets aktuell ist, aber eben auch Hintergrundinformationen liefert, damit die Hörer Sachverhalte und Begebenheiten einordnen und beurteilen können. Um im Meer der Medien herauszustechen, setzt die Redaktionsleitung von NDR Info auf die Reportagen des Reporterpools, die (mindestens beim NDR) als Leuchttürme des Qualitätsjournalismus gelten.

#### **15.3.1.2. Sinnvermittlung II – Recherche ist gewollt**

Der Reporterpool bei NDR Info wurde von der Redaktionsleitung mit dem Ziel institutionalisiert, mehr Recherche zu ermöglichen.

*„Man wollte möglichst auch regelmäßig exklusive Geschichten, die sich auch über andere Medien verbreiten lassen. Wie man dazu kommen würde, außer dass man dafür Leute abstellt und Geld zur Verfügung stellt, das war, glaube ich wohl von Anfang an, wie gesagt, das ist jetzt eher aus zweiter Hand, nicht wirklich ganz klar, sondern man wollte, und das ist auch ein guter Ansatz aus meiner Sicht, dem ganzen Zeit und Raum für Entwicklung geben“ (Heinzle 2011, 70).*

Es wurde auf Leitungsebene akzeptiert, dass erste öffentlich wahrgenommene Rechercheerfolge erst ca. drei Jahre nach der Gründung des Reporterpools erfolgen. (vgl. Heinzle 2011, 70). Mittlerweile hat sich der Reporterpool bei NDR Info etabliert und ist entsprechend mit Ressourcen ausgestattet, *„weil wir auch einen Auftrag haben, und in diesem Haus klar ist, dass Qualität ihren Preis hat. Das ist der Grundsatz“* (Schölermann 2011, 40).

Es ließ sich auch beobachten, dass der Wille zur Recherche, insbesondere auch zur anspruchsvollen und profunden Recherche, bei den Reportern (Operationsebene) sehr ausgeprägt ist. Das zeigte zum Beispiel ein Gespräch der Reporter über ihre Rechercheergebnisse, das teilweise wie ein Wettbewerb um die beste Reportage anmutete (vgl. NDR Info 2010 b, 369).

Dass der Reporterpool so etwas wie eine Ehrgeiz-Recherche-Dynamik entwickelt hat, stimmt die Redaktionsleitung zwar zufrieden, schürt aber gleichzeitig auch Ängste:

*„Aber das, was wir jetzt in den letzten 2 vielleicht 3 Jahren an Recherchen auf dem Sender hatten, damit bin ich hochzufrieden. Gelegentlich beschleicht mich so ein bisschen die Furcht, dass wir dieses Niveau nicht halten können.“*

*Nicht, dass irgendjemand sagt, Mensch, jetzt habt ihr aber schon wochenlang nichts aufgedeckt, was ist denn mit euren Leuten los? Also, wir haben da ein relativ hohes Niveau erreicht, wo wir froh sein können, dass wir das halten" (Marquardt 2011, 16f).*

Insgesamt wird – offenbar auch innerhalb des NDR – vermittelt, dass der Reporterpool der Maßstab für journalistische Recherche ist: „Also Recherche, wenn im NDR-Radio, dann auf jeden Fall hier" (Christ 2011, 36).

*„Seitdem der Reporterpool arbeitet, wird Recherche sehr ernst genommen und setzt auch innerhalb des gesamten Senders Maßstäbe. Das heißt also, es wird nicht nur in Recherche als Qualitätsmerkmal im Journalismus investiert, sondern es wird dann eben auch gelebt. Und das unterscheidet eben auch den Reporterpool von anderen Recherchen auch innerhalb des NDR" (Feyder 2011, 86).*

Während der Beobachtung war allerdings auch erkennbar, dass es zumindest keinen Automatismus für eine maximal prominente Platzierung der Reporterpoolbeiträge gibt (vgl. NDR Info 2010 b, 382). In einem Gespräch am Rande der Beobachtung erzählte ein Reporter, dass die Nachrichtenredakteure durchaus einmal davor zurückschrecken, eine exklusive Reporterpool-Recherche als Nachricht auf eine Top-Position zu setzen, wenn es dazu begleitend keine Agentur- oder Zeitungsmeldung gibt (vgl. NDR Info 2010 b, 400).

Insgesamt zeigte sich, dass die Redaktionsleitung von NDR Info ein klares Bekenntnis pro journalistische Recherche abgelegt hat und dies deutlich nach innen und außen vermittelt. Das zeigt insgesamt die Institutionalisierung eines Reporterpools, dessen hierarchische Stellung innerhalb der Redaktion (siehe Kapitel 15.2.1.3.) sowie dessen Autonomie (siehe Kapitel 15.2.6.2.). Die Reporter werden auf dieser Bekenntnis-Welle getragen und revanchieren sich mit öffentlichkeitswirksamen Rechercheergebnissen. Diese Dynamik wird leicht gebremst durch eine gewisse Skepsis anderer Gewerke an der Bedeutung einzelner Recherchen des Reporterpools und der damit verbundene zögerliche Umgang bei der Platzierung dieser Beiträge.

### **15.3.1.3. Sinnvermittlung III – Geld ist da**

*„Also Geld ist bei uns noch kein Thema" (Christ 2011, 23).* Das ist die Grundhaltung der Mitarbeiter bei NDR Info.

Die Beobachtung und die Befragung zeigten, dass diese Haltung im Wesentlichen von drei Faktoren getragen wird:

- a) Dem (noch) stabilen Vertrauen in eine Redaktionsleitung, die für ausreichende finanzielle Ressourcen sorgt (vgl. ex. Schölermann 2011, 40),
- b) dem Wissen, das es dem NDR allgemein mit seinem Gebührenaufkommen und NDR Info speziell mit seinem Budget vergleichsweise gut gehen (vgl. Marquardt 2011, 8),
- c) dem Willen, durchaus sparsam mit den Ressourcen umzugehen zu wollen (vgl. Heinzle 2011, 78).

Am Rande der Beobachtung wurde in einem Gespräch mit einem RvD deutlich, dass zwar schon darauf geachtet wird, ob ein Thema ein ‚must-have‘ ist, aber generell alles eingekauft wird, was immer nötig ist (vgl. NDR Info 2010 a, 367). Diese Haltung wurde in den Befragungen untermauert (vgl. ex. Christ 2011, 22f).

Insbesondere den Reportern des Reporterpools wird das Gefühl vermittelt, dass ihre Recherchen nicht an der Ressource Geld scheitern werden, selbst wenn die Redaktionsleitung die Budgetverteilung neu definiert:

*„Wir haben jetzt gerade eine Kürzungsrunde durchgeführt. Haben aber den Reporterpool und die investigativen Recherchen von Kürzungen ausgenommen“ (Marquardt 2011, 13).*

Dadurch wird den Reportern, insbesondere auch den Festen-Freien, vermittelt, dass ihre Arbeit (Recherche) wertgeschätzt wird:

*„Es gibt mir als Rechercheur ein sehr gutes Gefühl, dass ich meine Recherche bezahlt bekomme. Das unterscheidet den NDR sehr deutlich von anderen Anstalten im öffentlich-rechtlichen Bereich, aber auch vor allen Dingen im privaten Bereich“ (Feyder 2011, 85).*

Auch wenn es in einigen Bereichen zu personellen Engpässen kommt (siehe Kapitel 15.2.3.1.), was letztlich auch eine Budgetfrage ist, zieht sich das Gefühl der finanziellen Unabhängigkeit durch alle Ebenen:

*„Also es ist für mich schon entscheidend, dass ich beim NDR arbeite. Auch mit dem Status, mit der finanziellen Unabhängigkeit hat das schon einen absolut entscheidenden Charakter“ (Christ 2011, 33).*

#### **15.3.1.4. Renommee – Achtung! Das ist jetzt NDR Info.**

Die Institutionalisierung des Reporterpools war eine Investition von NDR Info, die sich in den Augen der Redaktionsleitung gelohnt hat, denn der Sender wird nicht nur bei anderen Medien, sondern auch bei den Hörern stärker wahrgenommen.

*„Wir merken, dass es für viele Redaktionen Pflicht geworden ist, uns zu hören, um auf dem Laufenden zu sein, und wir sind in deren Augen nicht mehr nur die, die tagesaktuelle Nachrichten liefern, sondern man achtet auch darauf, was wir an exklusiven Recherchen bringen und reagiert dann entsprechend drauf. Also unserem Renommee hat das sehr stark geholfen, und über die Kollegen in den anderen Medien hinaus registrieren wir auch bei den Hörern, dass es dort wahrgenommen wird, dass wir inzwischen jenseits des tagesaktuellen Geschäfts eben auch investigative Recherchen setzen“ (Marquardt 2011, 9).*

Diese Aufwertung der Wahrnehmung führt zum Beispiel bei Unternehmen zu einem anderen Umgang mit Reportern von NDR Info:

*„Man ist, wenn wir Anfragen insbesondere an Wirtschaftsunternehmen stellen, dann ist man dort inzwischen aufmerksamer und sagt nicht „ach das NDR-Info, das ist nicht so wichtig“, sondern man sagt dann eher „Achtung! Das ist jetzt NDR Info, jetzt müssen wir aufpassen!“ Das kann man eindeutig registrieren“ (Marquardt 2011, 9).*

Am Rande der Beobachtung wurde in einem Gespräch mit einem Reporter deutlich, dass NDR Info gerade wegen seiner investigativen Recherchen zu einer Anlaufstelle für Insider-Tipps geworden ist (vgl. NDR Info 2010 b, 390).

#### **15.3.2. Rollenselbstverständnis**

Bei den Leitfadeninterviews wurde ohne Umschweife zum einem nach dem Wert des Journalismus für eine demokratische Gesellschaft und zum anderen nach dem persönlichen Rollenselbstverständnis gefragt. Die Antworten kamen bei allen Interviewpartnern durchaus leicht zögerlich. Das legt zum einen die Vermutung nahe, dass die Befragten sich eher selten reflektierend mit ihrer Rolle als Journalist auseinandersetzen, zum anderen besteht hier Anlass zur Vermutung, dass die Antworten im Sinne einer sozialen Erwünschtheit formuliert wurden (siehe Kapitel 14.3.2.), was bei der Interpretation berücksichtigt werden muss.

Bei der hier folgenden Ergebnisdarstellung wird deutlich, dass sich – wie aus der einschlägigen Literatur bekannt – bei dem Rollenselbstverständnis der Befragten keine Entweder-oder-Kategorien herausarbeiten lassen, sondern

eher eine pluralistische Struktur erkennbar wird (vgl. Weischenberg 1995, 438ff; Scholl, Weischenberg 1998, 157ff; Loosen, Scholl 2011, 113ff). Es wird dennoch versucht, die Aussagen sinnvoll zu gliedern.

### **15.3.2.1. Haltung I – Informationsjournalismus mit Meinungsanteil**

Insgesamt ergaben die Leitfadeninterviews, dass sich die Befragten ihrem Selbstverständnis nach als informierende Vermittler begreifen, allerdings weist der Gebrauch der Vokabel ‚Erklären‘ darauf hin, dass hier auch interpretative Elemente im Selbstverständnis der Befragten mitschwingen:<sup>61</sup>

*„Unabhängig von Einflussnahme zu berichten, was passiert. Nach bestem Wissen und Gewissen beide Seiten und verschiedene Seiten abdecken, dieses Angebot zu machen und den Mächtigen auf die Finger schauen“ (Christ 2011, 34).*

*„Missstände aufdecken. Das ist sicherlich ein Ding. Erklären. Die Wirklichkeit erklären. Relevante Wirklichkeit abbilden, Wirklichkeit sichtbar machen. Das muss nicht immer Missstand sein, das kann auch was Positives sein“ (Schölermann 2011, 54).*

*„Für die gesamte Zeit gilt, dass ich Dinge transparent und verständlich machen möchte. Für Leute nach draußen. Möglichst lebendig. Dass ich Leute dafür interessieren möchte, die sie vielleicht auf dem ersten Blick nicht interessieren“ (Heinzle 2011, 80).*

Bei einem Interview wurde deutlich, dass das interpretative Element im Begriff ‚Erklären‘ durchaus als problematisch angesehen wird und daher mehr einem Präzisionsjournalismus nordamerikanischer Prägung (vgl. Weischenberg 1995, 115) der Verzug gegeben wird:

*„Ich glaube, dass wir gerade in Deutschland im Journalismus davon wegkommen müssen, die Welt zu erklären und die Welt zu bewerten. Wir müssen viel stärker dahin kommen, die Welt zu beschreiben. (...) Der Journalist ist nicht der bessere Politiker und der Journalist ist auch nicht der bessere Wirtschaftsmanager, sondern er ist jemand, der Dinge aufzeigt und beschreibt“ (Feyder 2011, 96).*

Insgesamt zeigte sich, dass das Rollenselbstverständnis bei den Befragten von NDR Info durchaus bestimmt ist von einem ausgeprägten Informationsjournalismus mit meinungsbildenden Anteilen.

---

<sup>61</sup> Um eine verständliche Abgrenzung zu ermöglichen, wird hier Weischenbergs Modell der fünf Berichterstattungsmuster gefolgt. Danach fällt die Rolle des informierenden Vermittlers in die Kategorie des Informationsjournalismus, die Rolle des meinungsbildenden Erklärers in die Kategorie des interpretativen Journalismus (vgl. Weischenberg 1995, 112 ff). NDR Info hat meinungsbildende Programmanteile wie zum Beispiel Kommentare und Glossen (siehe Kapitel 15.3.1.1.).



### 15.3.2.2. Haltung II – Journalismus in der Wächterrolle

Neben dem Rollenbild des Informationsjournalisten wurde gleichzeitig sowohl auf Leitungs- als auch auf Entscheidungs- und Operationsebene deutlich, dass bei NDR Info die Haltung vorherrscht, dass der Journalismus eine gesellschaftspolitische Kritik- und Kontrollfunktion hat beziehungsweise eine Wächterrolle einnimmt.

*„Medien haben eine große Bedeutung für die Demokratie. Sie haben eine Wächter-Rolle und eine Informationsrolle, eine aufklärende Rolle, Demokratie kann ohne Medien und ohne Pressefreiheit nicht funktionieren, und wenn es um Recherche und investigative Recherche geht, ist dieses wiederum eine wichtige Unterabteilung dieser Wächter- und aufklärenden Rolle“ (Marquardt 2011, 15).*

*„Das ist in all seinen mittlerweile zur Verfügung stehenden Darstellungsformen und Darbietungsformen der wichtigste Kontrollmechanismus, den wir in der BRD haben. Und das ist unabdingbar, damit ein demokratischer Staat funktionieren kann. Also insofern ist Journalismus einer der anspruchsvollsten Berufe, die es in dieser Wächterfunktion überhaupt gibt“ (Feyder 2011, 95).*

*„Ich kontrolliere keine Mächtigen, sondern ich trage dazu bei, dass der Souverän diejenigen kontrollieren und bewerten kann, die zu kontrollieren sind“ (Schölermann 2011, 56).*

Die Leitfadenterviews ergaben weiter, dass NDR Info zwar *„keinen Kampagnen-Journalismus betreiben“* (Marquardt 2011, 16) will, aber durchaus nichts dagegen hat, wenn ein Reporter *„Dinge enthüllt, die sich möglicherweise danach verändern, die Konsequenzen haben auf Systeme oder auf Personen“* (Heinzle 2011, 79).

Es ließ sich beobachten, dass sich ein Reporter nach Erhalt neuer Informationen besonders erfreut darüber äußerte, dass ein Missstand nicht nur benannt wurde, sondern die NDR Info Berichterstattung dazu beigetragen hat, dass sich in diesem Bereich institutionell etwas verändert hat (vgl. NDR Info 2010 b, 411f).<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup> Die Freude über gesellschaftliche Veränderungen beziehungsweise Konsequenzen auf Grund von Berichterstattung des NDR Inforadios sollte nach Ansicht des Autors nicht als ein Selbstverständnis vom anwaltlichen Journalismus (vgl. Weischenberg 1995, 440), der quasi Partei ergreift und mit seiner Publizierung konkrete Ziele verfolgt, fehl interpretiert werden. Am Rande der Beobachtung ergab ein Gespräch mit einem Reporter, dass es sehr wohl ein Bewusstsein dafür gibt, was die Berichterstattung investigativer Rechercheergebnisse für mögliche Auswirkungen auf zum Beispiel Unternehmen oder Mitarbeiter haben kann (NDR Info 2010 b, 390). Ein undifferen-

Insgesamt zeigte sich, dass neben dem Rollenselbstverständnis vom Informationsjournalismus die Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus beziehungsweise seine gesellschaftspolitische Wächterrolle bei NDR Info ernst genommen wird.

Der Methodenmix aus Befragung und Beobachtung hat ergeben, dass - bei aller Vorsicht - die innere Haltung der Journalisten und deren Handlung durchaus konform sind.

Insofern ist bei NDR Info sowohl auf Leitungs- als auch auf Entscheidungs- und Operationsebene eine Haltung im Sinne eines kritisch kontrollierenden Journalismus anzutreffen.

### **15.3.3. Öffentlich-rechtlicher Auftrag**

Die besondere Stellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im deutschen Mediensystem basiert auf seinem gesellschaftspolitisch formulierten und verfassungsrechtlich garantierten Auftrag.

Bei den Befragungen wurde deutlich, dass niemand der Interviewpartner diesen öffentlich-rechtlichen Auftrag für unbedeutend hält oder ihn gar negiert, im Gegenteil:

*„Existenziell. Deshalb bin ich beim NDR. Mir wäre es nicht egal, ob ich bei der Bild-Zeitung arbeite oder beim NDR. Bei der Bildzeitung, da würde ich lieber Einkaufswagen zusammenschieben, bevor ich dahin gehe“ (Christ 2011, 33).*

*„Wir sind zur Wahrheit verpflichtet, wir sind auf eine Region verpflichtet, wir sind zur Wahrhaftigkeit verpflichtet, und wir sind letztlich auf die Grundrechte verpflichtet“ (Schölermann 2011, 56).*

Vor diesem Hintergrund und vor der Tatsache, dass alle Befragten beim Thema öffentlich-rechtlicher Auftrag ohne Zögern antworteten, wird angenommen, dass die Haltung der Befragten zum öffentlich-rechtlichen Auftrag auf grundlegenden Überzeugungen basiert (siehe Kapitel 7.1.).

#### **15.3.3.1. Haltung I – Qualitätsjournalismus als Privileg**

Bei der Befragung wurde deutlich, dass der öffentlich-rechtliche Auftrag auf der einen Seite als Mahnung zur Herstellung von Öffentlichkeit verstanden wird:

---

zierter Umgang mit Rechercheergebnissen bei NDR Info war zu keinem Zeitpunkt der Untersuchung erkennbar, ist aber trotzdem natürlich möglich.

*„Weil ich glaube, dass der öffentlich-rechtliche Auftrag einen gelegentlich mal gemahnt, sich um bestimmte Dinge zu kümmern oder andere zu lassen“ (Heinzle 2011, 80).*

Auf der anderen Seite steht die Gewissheit, dass erst dieser Auftrag die Freiheit oder Möglichkeit schafft, sich unabhängig um gesellschaftlich relevante Themen kümmern zu können:

*„Der (Auftrag; Anm. Verf.) ist für mich deswegen schon sehr wichtig, weil er mir eben die Möglichkeit gibt, mir Vorgänge distanziert zu betrachten, mir die Freiheit gibt, mich um die Dinge zu kümmern, die bspw. bei privaten Sendern überhaupt gar nicht erst angefasst werden würden. (...) Aber die Freiheiten, die mir Öffentlich-rechtlich gibt, nämlich dann wirklich aufzupassen, was in diesem Land passiert, was in dieser Demokratie passiert, das ist schon sehr befreiend und ein Bereich, um den uns viele Menschen weltweit beneiden“ (Feyder 2011, 97).*

Insgesamt ergab die Befragung, dass sich NDR Info für die Region Norddeutschland als Garant für Qualitätsjournalismus begreift:

*„Wer soll das denn sonst machen? Wenn nicht wir mit Milliarden von Geldern. Wenn nicht wir oder der NDR oder die ARD, wer dann sonst? Also das Feld Springer oder irgendwelchen anderen Verlegern zu überlassen, das will ich nicht“ (Christ 2011, 35).*

Diese Haltung ‚Wer, wenn nicht wir‘ fußt – das zeigt die Befragung deutlich – auf der Analyse, dass die privaten (Hörfunk-) Medien sich weitgehend von der Herstellung von Qualitätsjournalismus verabschiedet haben:

*„Wenn ich mir angucke, dass Unternehmen wie Radio Hamburg oder FFN, also unmittelbare Konkurrenten, noch in den 80er, 90er Jahren funktionierende Redaktionen hatten, in denen es auch Reporter gab, die fest angestellt waren, die recherchieren mussten, das haben die weitestgehend aufgegeben. Eine Recherche findet nicht mehr statt. Dann haben die uns eigentlich das Feld überlassen. (...) Wenn man in den öffentlich-rechtlichen Medien begreift, dass journalistische Qualität und Kompetenz ein Markenkern ist, und das ist in Norddeutschland so, da sind wir auf einen guten Weg“ (Schölermann 2011, 59f).*

Gerade in der Abgrenzung von den inhaltlich-journalistischen Leistungen der privaten (Hörfunk-) Medien wird ein Mehrwert gesehen. Ein Mehrwert, der existenziell ist:

*„Weil ich glaube, dass das einzige, was dem Öffentlich-Rechtlichen Rundfunk auf Dauer seine Existenz sichern würde. (...) Je mehr Soße vom Öffentlich-Rechtlichen Rundfunk kommt, die man aus anderen Töpfen auch kriegen kann, desto gefährdeter ist seine Existenz. (...) Aber ich sag mal, das, was uns unterscheidbar machen sollte, da spielen Recherche, Rechercheergebnisse, Meinungsstärke, Kompetenz für Einordnungen eine ganz ganz große Rolle, heute mehr denn je, weil an Informationen kommen sie heute so leicht*

*wie noch nie. Aber an Wertung, an Einordnung, an transparente Informationen ohne von irgendwem gesteuert zu sein, sehr viel schwerer, und da hat der Öffentlich-Rechtliche eine wichtige Rolle" (Heinzle 2011, 83).*

Insofern offenbarte sich bei der Befragung die grundsätzliche Überzeugung von der Richtigkeit des von Artikel 5 Grundgesetz abgeleiteten verfassungsrechtlich garantierten Grundversorgungsauftrages (vgl. BVerfGE 73 - 118) des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

*Beispiel: „Wenn ich mir die Umtriebe von Rechtsextremisten angucke, wenn ich mir angucke, was Rocker so treiben, da geht es um organisierte Kriminalität. Wenn ich mir diese Dame angucke, die nicht eingebürgert werden konnte, da reden wir über Grundrechte. Und wenn ich mir angucke, wie Polizeiführer die gemutmaßten Demonstrantenzahlen für eine Demonstration in Bad Nenndorf in die Höhe treiben, um letztendlich ein Demonstrationsverbot durchzusetzen und wenn man das unterläuft durch Informationen und sagt, das sind aber geschönte, gefälschte oder manipulierte Zahlen, dann halte ich das für grundrechtsrelevant. So verstehe ich den Auftrag" (Schölermann 2011, 56).*

### **15.3.3.2. Haltung II – Kritik an Entpolitisierung**

Bei der Befragung wurde deutlich, dass die Umsetzung des öffentlich-rechtlichen Auftrages bei NDR Info auch kritisch gesehen wird.

Wenig überraschend ist, dass die Redaktionsleitung von NDR Info konstatierte, dass die Gesellschaft in früheren Jahrzehnten zwar politisierter war und ein größeres Interesse an Politik und gesellschaftlichen Debatten hatte, aber dass es heute insbesondere wegen der Infoprogramme insgesamt mehr Politikberichterstattung gibt (vgl. Marquardt 2011, 17f).

*„Dieses Megathema Datenschutz ist etwas, was sehr stark von unserem Reporterpool beackert wird, und das ist ein hoch politisches Thema, auch ein Thema, wo stark mediale Kontrolle notwendig ist, da sind wir sehr aktiv. Aber auch bei anderen Themen, die jetzt nicht unbedingt mit investigativer Recherche zu tun haben, aber die durch unsere Kommentierung und Hintergrundberichterstattung geleistet wird, setzen wir den Hörer in die Lage, an politischen und gesellschaftlichen Diskussionen gut informiert teilzunehmen, und das ist eine große Aufgabe auch für uns, der wir versuchen nachzukommen. Also hinter Ihrer Frage steckt ja so ein bisschen – gibt es da einen Rückzug von Politik aus den Programmen oder verflachen die Programme, stellen wir uns irgendwie nicht mehr den großen politischen Debatten, das sehe ich so überhaupt nicht" (Marquardt 2011, 18).*

Es ließ sich allerdings auf einer Redaktionssitzung bei NDR Info eine Debatte über den Anteil von Politik im Programm und über die Art und Weise der Umsetzung beobachten. Dabei ging es um die Öffnung des Programms für Live-

PKs, welches eher für politische Themen geschehen solle als für Sex und Crime (vgl. NDR Info 2010 b, 384f).

Dieser tägliche Spagat zwischen Qualität und Quote wurde auch bei den Interviews thematisiert und als problematisch angesehen:

*„Viele Programmacher, die ja auch wiederum davon abhängig sind, dass sie mit Quoten überzeugen und nicht mehr mit Inhalten, die entscheiden sich dann natürlich ganz kurzfristig, auf die altbewährten Dinge Sex, Crime und Rock 'n' Roll zurückzugreifen und damit kurzfristig Quoten zu generieren“ (Feyder 2011, 99).*

Dagegen wird schon goutiert, dass es eben auch ein hoher Anspruch ist, jeden Tag Qualitätsjournalismus zu liefern.

*„Und dieser Anspruch ist hoch, stets und ständig Dinge zu hinterfragen. Insofern glaube ich, dass das journalistische Profil von NDR-Info weit größer ist als nur die Rechercheleistung des Reporterpools. Viel, viel höher“ (Schölermann 2011, 59).*

Trotz des journalistischen Profils und der Rechercheleistungen des Reporterpools stellte im Interview auch die Leitungsebene im Rückblick fest,

*„dass wir sehr stark waren, was die Wirtschaft und die Unternehmen betroffen hat, und ich würde es mir wünschen, wenn wir noch ein bisschen stärker werden bei der Aufdeckung von Missständen in politischen Zusammenhängen, sowohl in den Ländern als auch in der Bundespolitik. Aber das ist nicht einfach“ (Marquardt 2011, 15).*

Bei der Befragung wurde deutlich, dass bei NDR Info die Entpolitisierung des deutschen Journalismus durchaus ein Debattenthema ist und sich daher öffentlich-rechtliche Journalisten immer wieder bewusst machen müssen,

*„dass wir ja Dinge wie Informantenschutz, Zeugnisverweigerungsrecht etc. immer wieder mit Verve einfordern, dass wir aber dazu übergehen müssen, dafür auch was leisten zu müssen und geben zu müssen. Das ist ja ein Geben und Nehmen, was uns das Grundgesetz da aufträgt. Und dieses Geben und Nehmen ist in eine Schiefelage geraten. Öffentlich-rechtlich auch. Da muss man sich darüber Gedanken machen, (...) ob das auch ein richtiger Umgang mit Zwangsgebühren ist, die ja erhoben werden für Öffentlich-rechtlich, oder ob man nicht aus diesem System einer Kommerzialisierung einer ganzen Industrie, nämlich der Fußballindustrie, aussteigen muss und sagt, gut, dann sollen das private Anbieter machen, wir kommen zu unserem Auftrag zurück und bieten Qualitätsjournalismus“ (Feyder 2011, 100f).*

Insgesamt – so der Eindruck bei der Befragung – sollte NDR Info (noch) „engagierter, pro aktiver, politischer vielleicht auch, also meinungsstärker“ (Heinzle 2011, 83) agieren.

## **15.4. Professionelle Einflussfaktoren**

### **15.4.1. Aus- und Fortbildung**

#### **15.4.1.1. Berufseinstieg – Meist klassisch**

Der Berufseinstieg in den Journalismus in Deutschland erfolgt zunehmend über ein Studium sowie ein Volontariat beziehungsweise über die Ausbildung an einer Journalistenschule (vgl. Weischenberg, Malik, Scholl 2006, 65ff). Das gilt auch für die meisten der NDR Info-Befragten (vgl. Marquardt 2011, 3; Christ 2011, 19; Schölermann 2011, 38; Heinzle 2011, 61f) mit einer Ausnahme: Ein Befragter kam nach Studium und langer Berufsoffizierszeit eher durch Zufall zum Journalismus, absolvierte aber vor dem Einstieg in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein Volontariat bei einer Zeitung (vgl. Feyder 2011, 84).

Bei den anderen Befragten begann die journalistische Karriere teilweise bei einer Schülerzeitung (vgl. Marquardt 2011, 3; Christ 2011, 19) und / oder im Bereich Lokaljournalismus (vgl. Christ 2011, 19; Schölermann 2011, 38; Heinzle 2011, 61). Der Einstieg in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk erfolgte entweder über ein Volontariat (vgl. ex. Schölermann 2011, 38) oder über freie Mitarbeit (vgl. ex. Heinzle 2011, 61f).

#### **15.4.1.2. Themenkompetenz – Informelle Karriere zum Experten**

Bei den Befragungen und der Beobachtung wurde deutlich, dass sich die Redakteure bei NDR Info ihre fachliche Spezialisierung (siehe Kapitel 8.2.) selbst definieren und damit im Laufe der Zeit sozusagen informell in den Stand eines ‚Fachmannes‘ gelangen. *„Es hat sich auch rausgemeldet eine bestimmte Themenkompetenz bei bestimmten Leuten“* (Christ 2011, 29).

Das ist zum Beispiel beim Reportage-Planer und Reporter Stefan Schölermann der Fall, der nach einem Studium der Rechtswissenschaft bei NDR Info als Fachmann für die Bereiche Rechtsextremismus und Rockerbanden gilt (vgl. Schölermann 2011, 56; NDR Info 2010 b, 369; 399). Der Reporter Christoph Heinzle, der fünf Jahre als ARD-Korrespondent in Südostasien tätig war, gilt als Fachmann für Themen aus den Bereichen Bundeswehr und Afghanistan (vgl. Heinzle 2011, 73f) wie auch der Reporter Franz Feyder, der allerdings auf eine berufliche Karriere als Offizier bei der Bundeswehr verweisen kann (vgl. Feyder 2011, 84; 88).

Das heißt, die Reporter durchlaufen für ein oder mehrere Themengebiete eine sogenannte „informelle Karriere“ (Kastl 1994, 199).

#### **15.4.1.3. Fachkompetenz Recherche – Learning by doing**

Die Befragungen haben ergeben, dass die journalistische Tätigkeit des Recherchierens in der Regel nicht systematisch durch zum Beispiel den Besuch von Seminaren gelernt wurde, sondern im Laufe der Zeit *„schlicht und ergreifend abgeguckt (wurde bei Kollegen), und dann ist es Learning by doing“* (Schölermann 2011, 43).

*„Ich sagte keine systematische Einarbeitung, das war wohl formuliert, weil, es gab natürlich in jeder Station Leute, die mich teilweise an die Hand genommen haben oder teilweise mir viele Dinge beigebracht haben. Aber eben nicht im Sinne von Systematik, sondern im Sinne von entweder Vorbild oder journalistisch fundierter Redaktion meiner Beiträge, meiner Stücke“* (Heinzle 2011, 72).

Natürlich war das Recherchieren auch Teil der Volontärsausbildung (vgl. Christ 2011, 25; Schölermann 2011, 43; Feyder 2011, 86) und es wurden im Laufe der Zeit auch Rechercheseminare besucht (vgl. Heinzle 2011, 43), aber das Abgucken bei versierten Kollegen scheint zu überwiegen oder zumindest mehr Eindruck hinterlassen zu haben (vgl. Schölermann 2011, 43; Heinzle 2011, 72).

Unter der Rubrik ‚Learning by doing‘ wird offenbar auch die Auseinandersetzung mit einschlägiger Literatur, wie zum Beispiel mit dem Standardwerk ‚Recherchieren‘ von Michael Haller, gefasst (vgl. Heinzle 2011, 72).

Am Rande der Beobachtung ergab ein Gespräch mit einem Reporter, dass sich insbesondere die investigative Recherche am ehesten durch ‚Learning by doing‘ aneignen lässt (vgl. NDR Info 2010 b, 400).

Ein Interview ergab, dass ein Reporter sehr froh darüber ist, den amerikanischen Ansatz von Recherche zu Beginn seiner journalistischen Tätigkeit gelernt zu haben, denn deren Ansatz unterscheidet sich seiner Meinung nach fundamental von deutschen Ansätzen:

*„Das liegt aber, glaube ich, daran, dass Recherche in Deutschland, also investigative Recherche in Deutschland, keine Tradition hat, anders als in den Niederlanden oder in den USA, und wir Deutschen erst anfangen, uns dieses Feld zu erschließen. (...) Das machen wir dann typisch deutsch, indem wir*

*das Rad von vorne erfinden und nicht auf Erfahrung anderer Nationen und anderer Journalisten einfach aufsatteln" (Feyder 2011, 87).*

Diese Auffassung war ansonsten weder bei den anderen Leitfadeninterviews noch bei der Beobachtung anzutreffen.

#### **15.4.1.4. Weiterqualifizierung – Auf freiwilliger Basis**

Bei NDR Info sind die festangestellten als auch die festen freien Reporter des Reporterpools gehalten, an Aus- und Fortbildungsmaßnahmen teilzunehmen.

*„Also wir weisen das jetzt nicht an, aber wir erwarten schon, dass die Kollegen dahin gehen" (Marquardt 2011, 11).*

Das heißt, dass die Reporter des Pools zwar an Rechercheseminaren teilnehmen, allerdings durchaus in gewissen zeitlichen Abständen:

*„Zuletzt, glaube ich, vor ungefähr einem Jahr. Zuerst vor eineinhalb Jahren. Es war mein erstes Rechercheseminar" (Heinzle 2011, 72).*

*„Ich habe meine letzte Recherschulung vor einem halben Jahr gehabt, im Juli 2010 in den USA. (...) Ich habe da investigative Konzeptionen und Durchführung/Organisation investigativer Recherche bei der New York Times gelernt" (Feyder 2011, 87f).*

Bei einigen Befragungen wurde deutlich, dass vorhandene Recherchekompetenzen von Reportern des Pools auch weitergegeben werden:

*„Das kann ich jetzt sagen, weil ich ja in meinem Nebenberuf Recherchetraîner der ARD/ZDF Medienakademie bin. Da erlebe ich gerade beim NDR in den vergangenen Monaten einen regelrechten Run auf Rechercheseminare, die ich eben auch innerhalb des NDR gebe, bspw. in der kommenden Woche in der Sportredaktion. Das ist dann schon ungewöhnlich, dass ein Sender derart viel in Recherche investiert, wie es der NDR im Moment macht" (Feyder 2011, 87).*

Bei NDR Info wird darüber hinaus auch geplant, Rechercheseminare für Kollegen außerhalb des Reporterpools anzubieten, *„das ist aber noch nicht in die Praxis umgesetzt" (Marquardt 2011, 11).*

Insgesamt gibt es von Schulungen für Excelsoftware bis hin zu aufwendigen Rechercheseminaren offenbar regelmäßig Angebote, die auf freiwilliger Basis genutzt werden können.

*„Es gibt Infoveranstaltungen, z. B. jetzt demnächst nehme ich an einer Teil über das neue ARD-Presse-Archiv-Netzwerk. Also das gibt es hier sehr re-*



*regelmäßig. Da gibt es Handouts, da gibt es Sachen, die man sich durchlesen kann, (...) oder Seminare, an denen man teilnimmt, z. B. jetzt auch habe ich teilgenommen an der Schulung für das Internet-Redaktionssystem CMS, Soffora vom NDR. Das gibt es hier regelmäßig, und ich könnte da auch noch viel mehr in Anspruch nehmen, wenn ich mir selbst die Zeit nähme" (Heinzle 2011, 73).*

## **15.4.2. Recherchekompetenz**

### **15.4.2.1. Rechercheanspruch – Ambitioniert**

Es wurden alle Interviewpartner gefragt, was ihrer Meinung nach eine gute Recherche ist. Der Begriff Meinung wurde gewählt, weil es hier weniger um eine grundlegende Überzeugung ging, als vielmehr um eine einfache Verurteilung beziehungsweise durchaus eine unbeständigere Einstellung zur Recherche im Allgemeinen und darauf Bezug nehmend auch der eigenen Recherche (siehe Kapitel 14.4.1.).

Insgesamt ergaben die Befragungen, dass im Sinne der hier verwendeten Kategorie Recherche-Dimension (siehe Kapitel 6.2.) alle Recherchen bei NDR Info in Art und Umfang zunächst den Anforderungen der ‚einfachen Recherche‘ (siehe Kapitel 6.3.) genügen müssen: *„Dass sie unangreifbar ist (...)“ (Marquardt 2011, 16).*

*„Schlüssigkeit, Präzision, Detailreichtum. Sie muss stimmen. Das ist immer das Erste. Und wenn sie dann noch den charmanten Vorteil hat, dass sie viele Leute interessiert, dann ist es umso besser" (Schölermann 2011, 56).*

*„Eine gute Recherche zeichnet aus, dass ich alle Vorgänge oder einen Vorgang, ein Ereignis, beeinflussende Faktoren erfasst habe. Dass ich hingehere und sie nach Möglichkeit dem Kunden zur Verfügung stelle. Das heißt also, meine Recherche transparent werden lasse" (Feyder 2011, 97).*

*„Möglichst vorurteilsfreies Herangehen an alle Seiten, die in der Recherche betroffen sind, auch wenn man im Regelfall mit einer Arbeitshypothese hineingeht, sorgfältige Auswertung von Quellen, den Versuch von Falsifizieren und nicht nur zu verifizieren" (Heinzle 2011, 81).*

Das hier angesprochene ‚Falsifizieren‘ impliziert eine in Art und Umfang komplexere Recherchedimension, die ‚anspruchsvolle Recherche‘ (siehe Kapitel 6.3.). Denn allein der Wille, eine mögliche Arbeitshypothese nicht nur zu verifizieren, sondern auch zu falsifizieren, deutet auf eine komplexere Inhaltstiefe von Recherchen hin. Darauf lässt auch die Anspruchshaltung der Leitungsebene schließen, dass eine Recherche

*„auch rechtlichen Anfechtungen Stand hält, dass sie natürlich interessant ist für den Hörer, das Thema eine Relevanz hat für den Hörer und im besten Falle auch zu Konsequenzen führt, wo also die Akteure gezwungen sind, sich nach bestimmten Recherchen zu verändern“ (Marquardt 2011, 16).*

Der Anspruch, dass die Recherchen von NDR Info gesellschaftspolitisch (gelegentlich) etwas verändern können und / oder sollen, der zeigt sich auch auf der Operationsebene: *„Aber natürlich soll all das, was wir machen müssen, ja einen Widerhall haben“ (Schölermann 2011, 56f).*

*„Und am Ende ein (Recherche-; Anm. Verf.) Ergebnis hat (...), das verständlich ist und das im Endeffekt natürlich gerade, wenn es heikle und öffentlichkeitswirksame Dinge sind, nicht allen Beteiligten gefallen wird und kann, aber wo die Betroffenen zumindest, und sei es im stillen Kämmerlein, sagen sollten, das ist zwar für mich unglaublich ärgerlich, das ist eine Schweinerei, dass der Heinzle oder der NDR das rausgekriegt hat, aber leider stimmt es. Und gelegentlich mündet es ja auch darin, dass Leute, die man angreift, kritisiert oder deren Gebaren man öffentlich macht, dass die respektvoll mit einem umgehen, weil sie wissen oder merken, dass man sich gründlich mit einer Materie beschäftigt hat und das zumindest respektieren, auch, wenn sie mit dem Ergebnis oder der Meinung, die dann zum Beispiel in Kommentaren oder in Gesprächen zum Ausdruck kommt, nicht konform gehen“ (Heinzle 2011, 81).*

Darüber hinaus ergab ein Interview, dass der Anspruch von NDR Info auch bei Interviewpartner-Recherchen (siehe Kapitel 6.4.) deutlich über das Maß der ‚einfachen Recherche‘ hinaus geht.

*„Gute, spannende Interviewpartner, die nicht die üblichen sind. Neue Leute. Interessante, spannende Ergebnisse, die nicht überall schon stehen. Die man nicht aus der Zeitung abschreibt. Es ist die Frage, ob man das investigativ sieht oder nur beschreibend sieht. Ich hätte das ganz gerne mal an einem Beispiel festgemacht: Eine gute Recherche ist, wenn ich zwei Kadetten finde, die noch nicht überall standen, die frei weg von der Leber erzählen, wie es auf dem Schiff (Gorch Fock; Anm. Verf.) zugegangen ist. Dann ist das eine gute Rechercheleistung, diese beiden überhaupt gefunden zu haben“ (Christ 2011, 37).*

Es ließ sich in diesem Zusammenhang beobachten, dass eine mindestens tendenziell anspruchsvolle Interviewpartner-Recherche auf einer Konferenz extra erwähnt wurde (vgl. NDR Info 2010 b, 413).

#### **15.4.2.2. Recherchefähigkeiten – Zwischen Handwerk und Spürnase**

Das Interview mit der Redaktionsleitung ergab, dass bei NDR Info mittlerweile bei Neueinstellungen beziehungsweise bei der Vergabe von Rahmenverträgen für feste freie Mitarbeiter Kompetenzen im Bereich der journalistischen Recherche vorausgesetzt werden.

*„Ja, inzwischen schon. Wir suchen insbesondere für unseren Reporterpool die richtigen Leute. (...) Aber wir haben jetzt gerade wieder eine Stelle ausgeschrieben, für die suchen wir speziell einen Kollegen mit hoher investigativer Recherchekompetenz. Was Rahmenverträge angeht für neue freie Mitarbeiter, ist neben der Tatsache, dass sie eine ordentliche Radiostimme haben sollen, verstärkt darauf zu achten, dass sie gut recherchieren können und gute Reportage machen können“ (Marquardt 2011, 12).*

Unklar blieb, wie diese Kompetenzen nachzuweisen sind. Es darf sicherlich angenommen werden, dass - wie sonst auch üblich - Recherchekompetenzen über Reverenzen oder produzierte Beiträge nachgewiesen werden.

Insgesamt ergab die Befragung, dass bei NDR Info die Meinung vorherrscht, dass die journalistische Recherche zwar ein Handwerk sei, dass jeder erlernen könne, aber für komplexere Themen auch so etwas wie ein Talent, eine Spürnase notwendig ist.

*„90 % ist Handwerk und 10 % ist Edelfeder. Das ist Talent. Recherche kann man lernen. Die restlichen 10 % hat nicht jeder. Absolut nicht“ (Christ 2011, 37).*

*„Also es braucht Erfahrungen, die auch weitergegeben werden von Redakteuren, es braucht aber schon auch ein gewisses Talent, eine gewisse Hartnäckigkeit, an Themen dran zu bleiben, auch wenn sie nicht sofort zum Ergebnis führen. Also kann man es lernen, man muss es lernen. Auch Recherchetechniken sind lernbar, aber ich glaube nicht, dass jeder gute Journalist ein guter Rechercheur ist, auch wenn er noch so viele Seminare besucht“ (Marquardt 2011, 17).*

*„Also erstmal ist es keine Wissenschaft und keine Kunst, sondern es ist wirklich ein Handwerk. Und ich finde, das kann jeder, ja. Dazu gehört, glaube ich, (...) auch Biss, dazu gelegentlich auch mal der Wille zum Erfolg. Dazu gehört, glaube ich, auch die nötige Eitelkeit (...). Nur das Handwerk wäre für mich ein zu geringer Antrieb“ (Schölermann 2011, 57f).*

*„Ich würde mal als ungelernter Rechercheur sagen, es ist ein Handwerk, das man wahrscheinlich zu sehr, sehr großen Teilen lernen kann. (...) Aber was unbedingt dazugehört, ist sicherlich der Wille zur Recherche“ (Heinzle 2011, 81f).*

*„Recherche ist zunächst mal ein reines Handwerk. Das heißt also, es lassen sich Qualitätsstandards festlegen, die man abhaken kann. (...) In dem Moment, wo es aber an komplexere Themen geht, an komplexere Sachverhalte geht, da ist es Passion. Da muss ich schon jemanden haben, der auch bereit ist, sich detailverliebt in ein Thema zu verbeißen. Und der dann auch so ein bisschen Jagdsinn mitbringt“ (Feyder 2011, 98).*

Ob nun Talent, Biss, Wille oder Passion: Die Technik der journalistischen Recherche - so die einhellige Ansicht der Befragten - ist zwar für Jeden erlern-

bar, aber für die anspruchsvollen und profunden Recherchen benötigt der Journalist so etwas wie eine spezielle charakterliche Triebfeder, oder anders formuliert: Den Willen zur Aufklärung.

Bei dem Interview mit der Redaktionsleitung wurde auch deutlich, dass die Leitungsebene bei NDR Info in Punkto Recherchekompetenzen auch auf informellen Austausch unter Kollegen setzt, denn der Reporterpool unterliegt einer gewissen Personalfluktuations.

*„Die Kompetenzen ergeben sich eben durch einen Wechsel im Reporterpool und eben die Tatsache dadurch, dass Berlin-Korrespondenten zurückkommen und hier tätig sind und ihre Erfahrungen, die sie in Berlin oder auch in den Ländern gesammelt haben, dann entsprechend weiterverfolgen können“ (Marquardt 2011, 15).*

Die Befragungen der Reporter von NDR Info ergaben, dass bei anspruchsvollen und profunden Recherchen das Arbeiten mit einem Mind-Mapping-Programm als professionell und hilfreich angesehen wird.

*„Ich habe gelegentlich mit Mind-Mapping gearbeitet. Verwende das leider, muss ich sagen, nicht systematisch. Würde sehr viel lieber, als ich es tue, mit Rechercheplänen und mit Vorlagen und mit Plänen, einer Selbstorganisation oder Teamorganisation, arbeiten“ (Heinzle 2011, 78f).*

*„Ich persönlich arbeite ausschließlich mit einer Mind-Map, weil es mir eben vor allen Dingen parallel zu meiner Recherche eben auch ermöglicht, die Recherche zu dokumentieren und zu archivieren. Das waren für mich die großen Vorteile dieses Programms, weil das ganz oft dann ins Hintertreffen gerät. (...) Das große Problem ist immer die Dokumentation der eigenen Recherche“ (Feyder 2011, 93f).*

Insgesamt scheint der Umgang bei NDR Info mit einer professionellen Recherchedokumentation als unzureichend empfunden zu werden. Entweder, weil der individuelle Umgang zu unsystematisch organisiert ist, oder weil eine Recherchedokumentation nicht institutionalisiert wurde (vgl. Schölermann 2011, 52f).

#### **15.4.2.3. Rechercheprozess – Viel Vertrauen, wenig Kontrolle**

Wie schon erwähnt, werden bei NDR Info alle Beiträge von einem Redakteur abgenommen, bevor sie gesendet werden (siehe Kapitel 15.2.1.2.): *„Jeder Beitrag wird bei uns abgenommen“* (Schölermann 2011, 45). Insbesondere im Reporterpool werden Rechercheergebnisse auch diskutiert (siehe Kapitel 15.2.1.3.). Allerdings findet eine strukturierte und verbindliche Kontrolle des

Rechercheprozesses (also z.B. eine Quellenkontrolle) nicht beziehungsweise nur sehr bedingt statt.

*„Das wäre eine totale Überforderung, wenn ich das machen würde. (...) Ich habe dazu nicht die Zeit, mir auch noch die Recherchewege bei einem normalen Beitrag anzusehen“ (Christ 2011, 26).*

*„Das ist eine Frage von Vertrauen. (...) Bei Leuten, die ich kenne, muss ich dann sagen, da muss ich mich erstmal drauf verlassen, kann ich mich drauf verlassen“ (Schölermann 2011, 46).*

Es ließ sich auch beobachten, dass ein Planer telefonisch zwar den formalen Aufbau eines Beitrages bemängelte und entsprechende Änderungswünsche äußerte, aber zu keinem Zeitpunkt des Telefonats der Rechercheprozess angesprochen wurde. Zudem wurde vereinbart, dass die geänderte Fassung nicht noch einmal abgenommen werden sollte (vgl. NDR Info 2010 b, 376f). Das heißt, die Abnahme basierte letztlich auf dem Vertrauen des Planers in die Recherche- und Produktionskompetenzen des Reporters.

Offensichtlich agieren die Redakteure bei NDR Info jenseits der formellen journalistisch-handwerklichen Abnahmen von Beiträgen (vgl. Schölermann 2011, 46) in Punkto Kontrolle des Rechercheprozesses auf der Ebene der diskursiven Koordinierung, die auf Vertrauen der Kooperationspartner setzt (siehe Kapitel 7.3.). Abgewichen wird davon, wenn es sich um profunde (und damit auch investigative) Recherchen handelt. Dann wird oftmals das Justizariat des NDR eingeschaltet (vgl. Schölermann 2011, 45).

*„Außer das Justizariat, wenn die Quellen direkt relevant sind für das, was wir veröffentlichen, und es ist heikel und wird als juristisch heikel bewertet, dann gucken die sich das an. Redaktionell passiert das im Regelfall leider nicht. (...) Ist eigentlich auch als Wunsch verkündet und von allen beschlossen, passiert nur im Alltag nicht“ (Heinzle 2011, 79).*

Bemängelt wird demnach insbesondere im Bereich der profunden Recherchen, dass es bei NDR Info keine formalisierte Kontrolle des Rechercheprozesses gibt. Entsprechend klingen die Wünsche oder Forderungen:

*„Recherchepläne, ein Konzept, das zum Beispiel einen festen Advocati Adiaboli vorsieht, eine formalisierte Abnahmeprozedur, sowohl redaktionell als auch juristisch. Das sind alles Dinge, an denen man noch arbeiten kann und wird“ (Heinzle 2011, 83).*

*„Das ist das, was hier im Reporterpool gar nicht oder zumindest noch fehlt. Nämlich Dokumentation und Archivierung von Rechercheergebnissen, die dann eben auch in presserechtlichen Auseinandersetzungen im halben Jahr*

*noch verfügbar wären, oder aber die eben einfach mehr helfen, in drei Monaten das Thema wieder aufzunehmen und vielleicht mit einem anderen Recherchepartner wahrzunehmen oder auch an Kollegen zu übergeben, die dann in einem halben Jahr daran weiter arbeiten, weil es Entwicklungen innerhalb des Themas gibt" (Feyder 2011, 90).*

Da es bei NDR Info weder eine formalisierte noch eine institutionalisierte Rechercheprüfung gibt, wird – teilweise - auf informeller Ebene von einigen Reportern versucht, eine Struktur der Rechercheprüfung zu installieren:

*„Das ist sicherlich der ganz große Vorteil in der Teamrecherche, dass ich zumindest meinem Recherchepartner meine Quellen vorbehaltlos offen legen muss und der dann zwangsweise zu einer Einschätzung zu dieser Quelle kommt. Insofern gibt es immer dann, wenn im Team recherchiert, auch immer eine entsprechende Quellenkontrolle" (Feyder 2011, 95).*

#### **15.4.2.4. Recherchemarketing – Recherche als Markenkern**

Der Reporterpool hat sich als Investition für den NDR offenbar gelohnt (siehe Kapitel 15.3.1.4.) und wird von der Führung des Hauses als Leuchtturmprojekt wahrgenommen (vgl. Marquardt 2011, 10). Insbesondere die investigativen Recherchen des Reporterpools werden von NDR Info als Markenkern begriffen und daher zunehmend professionell vermarktet:

*„Der Pool (ist) mit Sicherheit in den letzten eineinhalb, zwei Jahren erheblich professioneller geworden, was die Verkäufe der Themen nach außen angeht. Also überhaupt die Idee, Pressemitteilungen zu verfassen und die zu verschicken und die auch in einer Form abzufassen, wie sie dem nahe kommen, was Agenturen und Zeitungen sich erwarten. Das hat sich erst im Laufe der Zeit gebildet. (...) Eine Gewöhnung und Professionalisierung in der eigentlichen Recherche. Und ein bewusstes Herangehen an die Außendarstellung der Rechercheergebnisse, nicht nur an die Produktion von Hörfunkbeiträgen, die man im eigenen Programm versendet. Das beides hat dann die Wahrnehmung verstärkt" (Heinzle 2011, 70).*

Am Rande der Beobachtung ergab ein Gespräch mit einem Reporter, dass aus Marketinggründen gelegentlich eine brisante Geschichte nicht sofort gesendet, sondern strategisch in die Prime Time des nächsten Tages geschoben wird, damit es sowohl für die Geschichte als auch für NDR Info eine größere mediale Resonanz gibt (vgl. NDR Info 2010 b, 401).

*„Wir hatten jetzt das Problem, dass Jürgen Webermann und Franz Freyer eine Geschichte über die ARGEV gemacht haben. Das ist so eine Organisation, die in Afghanistan Leute anwirbt im Auftrag des Entwicklungshilfeministeriums und die da wohl ganz offenkundig mit Geld nicht gerade so umgegangen sind, wie es im Sinne des Erfinders war. Sagen wir es mal ganz vorsichtig. Das war eine super Recherche. Präzise. Und genau die Finger in die Wunde gelegt. Auch unbestritten oder zwar bestritten aber haltbar in der Re-*

*cherche auf jeden Fall, aber es hat nicht so viele Leute interessiert. (...) Zur Recherche gehört für mich auch die Frage, wie, wann, wo ich das am besten positioniere. Zu welchem Zeitpunkt, mit welchen Partnern, all das gehört dazu" (Schölermann 2011, 56f).*

Es ließ sich beobachten, dass auch die Berichterstattung einer einfachen Themenentwicklung (Chronistenpflicht) aus Marketinggründen prominent im Programm platziert wurde, da sie ursprünglich auf eine exklusive Recherche des Reporterpools zurückging und insofern mindestens die Medien jene Thematik mit NDR Info verbinden (vgl. NDR Info 2010 b, 378).

### **15.5. Best-Practice-Beispiele**

Die Leitfadeninterviews wurden mit einem narrativen Anteil konzipiert (siehe Kapitel 14.2. und 14.4.), in dem die Befragten aus der Entscheidungs- und Operationsebene um ein Best-Practice-Beispiel einer gelungenen Recherche gebeten wurden. Drei von vier Befragten schilderten ohne zu zögern ein Beispiel. Ein Befragter vermochte mit Verweis auf seine langjährige Planungstätigkeit aus dem Stehgreif kein eignes Best-Practice-Beispiel schildern.

#### **15.5.1. Rechercheerfolg – Kontakte sind das A und O**

*„Wir haben eine Geschichte gemacht, die ist vor Kurzem gelaufen. Die hat in Hamburg auch einen großen Aufschlag gehabt. Das war gar nicht so einfach zu recherchieren. Da ging es um ein jüdisches Erbe, nämlich um einen Teppich, der seit Jahrzehnten im Hamburger Hotel ‚Vier Jahreszeiten‘ hängt. Die Art und Weise, wie das Hotel an den Teppich gekommen ist, ist eigentlich für jedermann recherchierbar, nämlich 1937 wurde das Erbe dieser jüdischen Familie aus Hamburg von den Nazis versteigert. Und so hat auch das Hotel „Vier Jahreszeiten“ dieses Ding ersteigert. Und auf diese Geschichte bin ich aufmerksam geworden auf zwei Wegen. Einmal waren Kollegen von Radio Bremen an dieser Geschichte deshalb dran, weil es zuvor eine große Rückgabe von Gegenständen dieser Familie an den Bremer Senat und die Bremer Museen gab. Und zweitens, weil ich ja nebenbei für den Weser-Kurier schreibe und ein Kollege, der die Geschichte in Bremen gemacht hat, mir erzählt hat, pass mal auf, da ist eine Geschichte, die spielt zum Teil in Hamburg, und so kam ich an die Geschichte. Und dann musste ich im Grunde genommen nur noch einen Protagonisten, einen Ankläger finden und musste mich vergewissern, dass dieser Teppich auch wirklich da hängt. Und das war’s. Und das waren 2 und 2 zusammengebracht, und jetzt wird dieser Teppich zurückgegeben. Andere Geschichten waren umfangreich und gingen über Monate. Weil es manchmal darum ging, Kontakte zu haben. Es ging letztes Jahr um diese Zeit um eine Frau, die Mitglied der Links-Partei ist, die britische Staatsbürgerin ist, die früher Juso war. Die jetzt Mitglied der Links-Partei ist und aus eben diesem Grunde vom Innenminister, wurde ihr verweigert die Einbürgerung nach Deutschland, obwohl sie in Deutschland lebt. Nie woanders gewesen ist. Weil sie ja als extremistisch eingestuft wird, nur weil sie Mitglied*

*der Links-Partei ist. Und da war es wichtig nachweisen zu können, dass der Innenminister selbst oder im Ministerium selbst die Anweisung dazu gegeben wurde, diese Frau nicht einzubürgern, weil, damit überschreitet der Innenminister seine Kompetenz und das ist politisch äußerst fragwürdig. Das hat zu einer großen Debatte in Niedersachsen geführt. Dafür brauchte man allerdings Leute, die einem zu dem verhelfen, was man brauchte, um zu beweisen, dass der Innenminister sein Händchen da im Spiel gehabt hat. Das waren Kontakte" (Schölermann 2011, 43f).*

Die wesentliche Aussage dieser zwei Best-Practice-Beispiele ist die Bedeutung von Kontakten für Reporter und deren Recherchen.

In dem ersten Beispiel ermöglichten dem Reporter Kontakte zu Journalistinnenkollegen, ein bereits bekanntes Thema aufzugreifen und um einen regionalen Bezug erweitern zu können. Seine Recherchen führten letztlich zu einer gesellschaftspolitischen Konsequenz.

In dem zweiten Beispiel ermöglichten dem Reporter Kontakte in das Umfeld des niedersächsischen Innenministeriums, letztlich Beweise für eine politische Kompetenzüberschreitung bei der Exekutive recherchieren zu können.

Ergo hätte der Reporter ohne diese Kontakte die Recherchen entweder, wie in Beispiel eins nicht aufnehmen können, oder wie in Beispiel zwei wären sie wahrscheinlich gar nicht möglich gewesen.

Insgesamt verdeutlichen diese zwei Best-Practice-Beispiele, dass es bei NDR Info ein Zusammenspiel von institutionellen, politischen und professionellen Einflussfaktoren geben muss, durch das Redakteure in die Lage versetzt werden, Kontakte knüpfen zu können.

Zu den Einflussfaktoren gehören u.a., dass die Reporter a) keinen institutionell definierten Beitragsoutput leisten müssen (siehe Kapitel 15.2.5.1.) und sich daher die Zeit für Kontaktherstellung und -pflege nehmen können, b) ihrem politischen Rollenselbstverständnis (siehe Kapitel 15.3.2.2.) nach überhaupt motiviert sind, Kontakte zu Vertretern von z.B. Institutionen zu knüpfen und c) eine für potentielle Kontaktpartner ernstzunehmende professionelle Themenkompetenz (siehe Kapitel 15.4.1.2.) aufweisen.

Deutlich wird an diesen Best-Practice-Beispielen, dass Kontakte für Recherchen wichtig sind und dass es bei NDR Info eine für das Kontaktknüpfen günstige Einflussfaktorenkonstellation gibt.



### **15.5.2. Trimediale Kooperation – Zu wenig institutionalisiert!**

*„Vielleicht lohnt es sich, einfach mal zwei Beispiele kurz zu vergleichen. Das eine ist das, wo es an sich funktioniert hat, sich aber Schwächen zeigten, und das andere, ich reiße das nur kurz an, ist eins, wo wir alle versucht haben, daraus zu lernen. Das eine Beispiel wäre, das habe ich ziemlich am Anfang meines Reporterpool-Daseins gemacht, da ging es darum, dass ausrangierte Bundeswehrwaffen den afghanischen Sicherheitskräften geschenkt wurden durch die Bundesregierung und die dort dann aber in der Folge auf dem Schwarzmarkt aufgetaucht sind. Und in der Recherche, die ein paar Wochen in Anspruch genommen hat, die ich hier mit einem Kollegen zusammen gemacht habe und mit einem Kollegen in Kabul haben wir eben einen Schwarzmarkthändler in Kabul gefunden, der eine dieser Waffen auch verkauft hat. Den haben wir mit einem versteckten Aufnahmegerät mitgeschnitten. Dieses Verkaufsgespräch. Und da hat er auch sehr freimütig gesagt, wo die Waffe herkommt, nämlich von den afghanischen Sicherheitskräften. Und es war auch durch Fotos klar, von Experten belegbar, dass das eine Pistole aus dem Bestand war. Und ich habe dann in der Recherche eben nicht nur nachgewiesen, dass diese Waffen auf dem Schwarzmarkt landen, sondern dass das auch daran liegt, dass sowohl die Bundesregierung als auch die Bundeswehr als auch die US-Armee als auch die afghanischen Stellen eben durch eine Reihe von Nachlässigkeiten dazu beitragen, dass diese Waffen auf dem Schwarzmarkt landen. Die Geschichte ist damals sehr sehr gut gelaufen. In Print und im Hörfunk. Sie ist nicht gut gelaufen im Fernsehen. Und das lag daran, dass ich mit „Panorama“ über diese Geschichte, die wären da grundsätzlich sehr interessiert gewesen, erst eine Woche vor deren Sendetermin ins Gespräch kam und das für die zu knapp war, das Thema, das nicht einfach ist umzusetzen, in Bild auch adäquat aufzubereiten. Ich konnte aber nicht länger damit warten, weil „Panorama“ sendet ja in der Regel nur einmal im Monat. Und dass die Kollegen im Aktuellen das zwar aufgegriffen haben, es gab, glaube ich, ein Stück im Mittagmagazin und auch was in der Nachmittagstageschau und eine Meldung, glaube ich, in der 20.00 Uhr. Die hatten dasselbe Problem, nämlich das Bilderproblem. Und das lag auch daran, in diesem Fall, dass Panorama sich mehrere Tage Zeit genommen hat, bis sie abgesagt haben, aus für mich nachvollziehbaren Gründen. Dann aber das auch nicht an aktuelle Leute weitergeleitet haben, ich in dem Moment auch keine Zeit mehr hatte, mich um noch mehr Fernsehkooperationspartner zu kümmern, weil, ich hatte ja noch selber die Geschichte zu betreuen und zu machen und die Aktuellen, als sie dann einstiegen, eigentlich zu spät waren, um ordentlich Bilder zu beschaffen. So, das waren die Erfahrungen, die dann dazu führten, dass ich jetzt in der aktuellen Geschichte, da geht es um den Einkaufszentrenentwickler/Eigentümer ECE aus der Autofamilie, sehr, sehr langfristig Fernsehkollegen und Onlinekollegen mit ins Boot geholt habe und wir jetzt für den 7. Februar einen ECE-Thementag vorbereiten, der in Hörfunk, Fernsehen, Hörfunk auch auf mehreren Wellen, im Fernsehen und Online spielt. Und woran mindestens vier Autoren, möglicherweise auch fünf, beteiligt sind. Das ist noch die Frage, ob das im Fernsehen nur bei ‚Markt‘ vorkommt oder auch noch beim Kulturjournal“ (Heinze 2011, 73ff).*

Die wesentliche Aussage dieser zwei Best-Practice-Beispiele ist die Bedeutung von institutionalisierten Organisationsstrukturen für trimediale koordinierte Recherchen und deren Veröffentlichung.

Am Beispiel eins wird deutlich, dass es keine institutionellen Strukturen für eine koordinierte Zusammenarbeit zwischen den Medienbereichen Hörfunk, Fernsehen und Online beim NDR gab. Zwar hatte sich der Reporter um eine Kooperation mit einer Fernsehredaktion bemüht, scheiterte aber letztlich an den speziellen Bedürfnissen des anderen Mediums.

Am Beispiel zwei wird deutlich, dass eine langfristig vorher kommunizierte und koordinierte trimediale Zusammenarbeit nicht nur für die Veröffentlichung, sondern auch für die Recherche eines Themas zwar möglich war, sie aber nach wie vor auf Grundlage diskursiver Koordinierung (siehe Kapitel 7.3.) stattfand. Das heißt, es war dem Engagement des einzelnen Reporters geschuldet, ob es a) für profunde Recherchen zu einer trimedialen Kooperation kam und b) ob für die profunden Recherchen überhaupt eine trimediale Öffentlichkeit hergestellt wurde.

Zwar ist trimediale Kooperation von der NDR Info Redaktionsleitung durchaus gewollt (siehe Kapitel 15.2.4.2.), es gibt aber dafür noch keine institutionalisierte Organisationsstruktur.

Deutlich wird an diesen zwei Best-Practice-Beispielen, dass die Redaktionsleitung von NDR Info im Bereich der trimedialen Kooperation derzeit auf das Informelle als integralen Bestandteil der Redaktion setzt. Ob und in wie weit trimediale Kooperationen daher für Recherchen effektiv sind und insgesamt letztlich zu mehr Öffentlichkeit führen, ist zumindest ungewiss. Es deutet sich allerdings an, dass die bislang auf Grundlage diskursiver Koordinierung stattfindende trimediale Kooperation bei NDR Info durch Erfahrungen sukzessive professionalisiert wird und sich daraus möglicherweise eine institutionalisierte Organisationsstruktur für diesen Bereich entwickelt.

### **15.5.3. Reporterunabhängigkeit – Durch institutionelle Ressourcen**

*„Würde ich zurückgreifen auf die Geschichte, die vor 3 Wochen publiziert worden ist. Da ging es um das Entwicklungsunternehmen ARGEV, das im Verdacht steht, massiv Steuergelder, die ihm für Aufbauprojekte in Afghanistan und dem Irak durch das Entwicklungsministerium in die Hand gegeben wurden, diese Gelder im großen Stil unterschlagen zu haben. Zum einen war sehr interessant für mich in der Struktur, dass wir juristischen Beistand hatten. Das heißt also sehr früh in der Recherche schon die Justiziere einbezogen haben. Und insofern auch mit einer presserechtlichen Sicherheit immer weiter nach vorne gehen konnten. Zum zweiten war für mich ganz interessant, dass es hier überhaupt kein Problem war, dann die Ressource Geld frei-*

*zuschaukeln. Was also auf Zuruf unbürokratisch ging, wenn wir bspw. dann mal nach Dänemark fahren mussten, um dort einzelne Aspekte dieser Recherche abzuklären und gegenzurecherchieren, was dann ohne Probleme möglich war. Und zum dritten auch die Unterstützung innerhalb des Reporterpools. Dass wir dann Kompetenz einkaufen konnten, wenn es dann bspw. darum ging, einfach mal Gegenrecherchen mit einem Wirtschaftswissenschaftler bei uns in der Redaktion zu machen, um uns diese Kompetenz anzudocken. Das heißt also, das Kernteam aus 2 Mann bestehend hat seine Hausaufgaben gemacht, und wenn dann Fragen auftauchten, konnten wir jederzeit hier all das nutzen, was die Vielfalt des Reporterpools dann eben gegeben hat und was ich dann geschätzt habe, war, dass wir auch einen Kollegen Christoph Heinzl, mit dem wir jederzeit in der Lage waren, dann einfach einen Advocatus Diaboli auch zu haben. Also so jemanden, der eigene Ergebnisse auch noch mal infrage stellt. Das habe ich auch sehr geschätzt. Weil man innerhalb einer Recherche einfach immer tiefer reinkommt ins Thema, irgendwann auch mal anfängt, mit Scheuklappen zu arbeiten. Wenn dann jemand außen sitzt und immer noch einen Blick drauf hat aus der Meta-Ebene und sagt, das ist mir jetzt ein bisschen zu einseitig, dann kann das nur die Qualität einer Recherche nach vorne treiben" (Feyder 2011, 88f).*

Die wesentliche Aussage dieses Best-Practice-Beispiels ist die Bedeutung von institutionellen Ressourcen, die unabhängiges Recherchieren ermöglichen.

In diesem Beispiel nennt der Befragte drei Faktoren, die seine Recherchen damals beeinflusst haben: Zunächst die professionelle Quellenkontrolle durch das sendereigene Justizariat, dann die Möglichkeit, Recherchereisen und spezielle Expertisen finanzieren zu können, und schließlich die im weiteren Sinne professionelle Recherchekompetenz eines Reporterkollegen, der als Advocatus Diaboli die Rechercheergebnisse in Frage stellte und somit insgesamt für Plausibilität sorgte.

Die Unabhängigkeit des Reporters fußte in erster Linie darauf, dass es bei NDR Info einen institutionalisierten Reporterpool gibt (siehe Kapitel 15.2.1.3.), mit all den sich daraus ergebenden Konsequenzen, wie beispielsweise die Autonomie der Reporter bei Rechercheentscheidungen (siehe Kapitel 15.2.6.2.) oder ein vorhandenes Budget (siehe Kapitel 15.2.2.1.) etc.. Darüber hinaus sorgt die Kontrolle der Rechercheergebnisse durch ein Justizariat für presserechtliche Sicherheit. Da der NDR wie jede deutsche öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt über ein Justizariat verfügt, steht den NDR Info-Reportern damit eine wichtige institutionelle Ressource zur Verfügung. Ebenfalls eine wesentliche institutionelle Ressource ist das Vorhandensein von Kollegen, die über professionelle Recherchekompetenzen verfügen und von daher in der Lage sind, die Rechercheergebnisse anderer hinterfragen zu kön-

nen (als *Advocatus Diaboli*), um so für mehr oder überhaupt für Plausibilität zu sorgen.

Allerdings verläuft die Zusammenarbeit unter den Kollegen auf informeller Basis, eine institutionalisierte Recherchekontrolle gibt es bei NDR Info (bis dato) nicht, wird aber von den Reportern des Pools gewünscht (siehe Kapitel 15.4.2.3.).

Das Best-Practice-Beispiel verdeutlicht, dass die Bereitstellung von institutionellen Ressourcen den NDR Info Reportern offenbar die Sicherheit und Unabhängigkeit bietet, um profunde Recherchearbeit leisten zu können.

## **16. RBB Inforadio**

Die Redaktionsbeobachtung vom RBB Inforadio fand in der Zeit vom 08.11. bis 12.11.2010 statt. Der Pretest erfolgte am 01.11.2010.

Die Leitfadeninterviews wurden im Monat Januar 2011 in den Räumlichkeiten des RBB Inforadios durchgeführt.

Die interviewten Personen sind:

1. Annette Nolting, Mitglied der Redaktionsleitung vom RBB Inforadio, zuständig für die Bereiche Planung, Ressorts und Rubriken und damit eine Vertreterin der Leitungsebene.
2. Christian Wildt, Redakteur beim RBB Inforadio in der Funktion CvD und damit ein Vertreter der Entscheidungsebene.
3. Martina Schrey, feste freie Redakteurin in der Funktion Regional-Planerin und damit eine Vertreterin der Entscheidungsebene.
4. Sylvia Tiegs, Reporterin für die Rubrik Nahaufnahme und damit eine Vertreterin der Operationsebene.
5. Dörthe Nath, feste freie Reporterin für den Bereich Aktuelles sowie für die Rubrik Nahaufnahme und damit eine Vertreterin der Operationsebene.

### **16.1. Redaktionsorganisation**

Das RBB Inforadio ist eine von sechs Hörfunkwellen des RBB.<sup>63</sup> Jede Welle hat eine Wellenleitung.<sup>64</sup> Das Inforadio gehört organisatorisch zur multimedialen Programmdirektion Information mit einem Chefredakteur Information an der Spitze (vgl. Kotsch 2009). Ihm vorgesetzt ist die Programmdirektorin, zuständig für Hörfunk, Fernsehen und Online.

Der Wellenchef von Inforadio nennt sich Redaktionsleitung Programm.<sup>65</sup> Ihm unterstellt ist ein Leitungsteam bestehend aus der Redaktionsleitung Multimediale Nachrichten, der Redaktionsleitung Programmmanagement und Layout sowie der Redaktionsleitung Planung, Ressorts, Rubriken.

Die Redaktionsleitung Multimediale Nachrichten verantwortet den Bereich Nachrichten sowie den gesamten Onlineauftritt des Inforadios und ist zu-

---

<sup>63</sup> Der RBB ist darüber hinaus noch an der Welle Funkhaus Europa beteiligt.

<sup>64</sup> Es gibt bei den Hörfunkwellen des RBB mehrere Bezeichnungen für die Funktion der Wellenleitung: Wellenchef, Programmchef, Leitung der Redaktion.

<sup>65</sup> Programmchef vom RBB Inforadio war bis Ende 2010 Andreas Wertz, der seit Anfang 2011 Leiter der Abteilung Unternehmensentwicklung ist (vgl. RBB 2011).

ständig für Belieferung der RBB internen Nachrichtenagentur (INA). Die Redaktionsleitung Programmmanagement und Layout ist für das aktuelle Sendegeschehen zuständig und verantwortet die technische Abwicklung des Programms. Die Redaktionsleitung Planung, Ressorts, Rubriken ist für die Koordination genannter Bereiche zuständig.

Hierarchisch unterhalb der Redaktionsleitung ist das CvD-Team angesiedelt, das sich aus einem Aktuell-CvD (ACvD), einem Planungs-CvD (PCvD) und einem Format-CvD zusammensetzt<sup>66</sup>. Pro Werktag arbeiten in der Regel alle drei CvD (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 452).

Verantwortlich für das tagesaktuelle Programm ist werktäglich der ACvD.

*„Er ist der fachlich Vorgesetzte im Newsroom und koordiniert die verschiedenen Gruppen. Er setzt und gewichtet Themen“ (RBB Inforadio o. Datum, 372).*

Der PCvD bereitet parallel in enger Absprache mit dem ACvD und dem Planungs-Team das Programm des nächsten Tages vor. Der Format-CvD arbeitet im Hintergrund und bereitet langfristige Projekte vor und ist für das Controlling des Programms zuständig (Wildt 2011, 120).

Als untere Entscheidungsebene kann das RvD-Team im Newsroom betrachtet werden. Dort werden in Absprache und nach Vorgabe des ACvD konkret die einzelnen Sendestrecken (Reihenfolge der Beiträge und der Gespräche) zusammengestellt (vgl. RBB Inforadio o. Datum, 371).

Die Ressorts Wirtschaft und Kultur verfügen beim Inforadio über einen eigenen Etat und können in Absprache mit dem Planungs-Team beziehungsweise mit der Redaktionsleitung Planung, Ressorts, Rubriken eigene Themen umsetzen. Daneben gibt es Fachredakteure (z.B. Wissenschaft) beziehungsweise Redakteure, die eine Sendung (z.B. die Talksendung Zwölf Einundzwanzig) betreuen.

---

<sup>66</sup> In der Beobachtung wurden das CvD-Team als CvD 1, CvD 2 und Format-CvD gekennzeichnet. Dabei war CvD 1 am ersten Tag der ACvD, am zweiten Tag der PCvD. Vice versa mit CvD 2.

Der Reporterpool besteht werktäglich aus einem Aktuell-Reporter, einem Planungs-Reporter, einem Ü-Wagen-Reporter (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 449) und zwei Reportern für das Sendeelement Nahaufnahme (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 427).

Während die Planungschefin für regionale Themen den Planungsreporter führt (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 452), stehen die Aktuell- und Ü-Wagen-Reporter dem ACvD zur Verfügung (vgl. Wildt 2011, 127f).

Insgesamt arbeiten beim Inforadio ca. 200 Mitarbeiter<sup>67</sup>, davon ca. 80 Festangestellte. Ca. zwei Drittel der 200 Mitarbeiter arbeiten im journalistischen Bereich. Die meisten Festangestellten sind im Bereich Nachrichten tätig (vgl. Nolting 2011, 103f)

Das RBB Inforadio wird von den Regionalstudios Cottbus und Frankfurt an der Oder sowie von den Regionalbüros in Perleberg und Prenzlau mit Beiträgen beliefert (RBB 2011a). Hinzu kommen Beiträge aus der Redaktion Landespolitik und dem ARD Hauptstadtstudio.

Hierarchisch betrachtet sind die Regionalstudios und -büros autonom in ihrer Entscheidung welche Beiträge sie in welchem Format liefern. Inforadio kann die Besetzung von Themen und die Erstellung von Beiträgen anfragen, aber nicht anmahnen.

*„Wir sind schon darauf angewiesen, dass die uns etwas machen. Wenn die sagen, nein, wir brauchen den Kollegen oder den Reporter für eine andere Geschichte (Pause), dann haben wir Pech gehabt“ (Nolting 2011, 105).*

Das RBB Inforadio sendet an sieben Tagen in der Woche von fünf Uhr morgens bis 23 Uhr abends im 20 Minuten-Takt Nachrichten, Verkehr und Wetter. Zwischen den Nachrichtenblöcken werden

*„Berichte, Interviews und Reportagen zu den Topthemen des Tages aus Berlin und Brandenburg, Deutschland und der Welt (gesendet). Dazu jede Stunde das Neueste von Wirtschaft und Börse, Kultur und Sport“ (RBB Inforadio 2011).*

Zwischen 23 Uhr und fünf Uhr sendet Inforadio die ARD-Infonacht (vgl. ARD Intern 2011). Am Wochenende werden in den Schleifen zwischen den Nach-

---

<sup>67</sup> Da in Redaktionen eine gewisse Mitarbeiter-Fluktuation durchaus üblich ist, ließ sich die exakte Mitarbeiterzahl vom RBB Inforadio nicht ermitteln.

richtenblöcken Journal-Sendungen sowie Gesprächs- und Diskussionssendungen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft gesendet. Hinzu kommt eine ausgedehnte Sport-Live-Berichterstattung (vgl. RBB Inforadio 2011a).

Das RBB Inforadio befindet sich auf dem Gelände des RBB in Berlin Charlottenburg. Die Redaktion ist als abgetrennte Einheit im Haus des Rundfunks untergebracht, verteilt auf drei Etagen. Im Keller befinden sich die Aufnahmestudios und vier Reporterarbeitsplätze. Im Erdgeschoss liegt der Newsroom mit den Sendestudios. Ihm gegenüber liegt ein Großraumbüro ohne Trennwände, in dem der Planungsbereich mit vier Arbeitsplätzen mittig platziert wurde. Links davon gibt es insgesamt fünf weitere Arbeitsplätze für Planungs-Assistenten, Reporter bzw. Autoren und Praktikanten. Rechts davon liegt der Bereich des ACvD und PCvD, sowie der CvD-Assistenten. Im weiteren Verlauf des L-förmig angelegten Gebäudetraktes befinden sich separate Räume für die Wirtschaftsredaktion. Im ersten Stockwerk finden sich die Büroräume der Leitungsebene, von Chefredakteur, Programmchef und Planungschefin, dazwischen liegt der Sekretariatsbereich. Im Eckbereich liegen der Konferenzraum, dahinter die Kulturredaktion sowie ein Büro für die zwei Nahaufnahme-Reporter. Zusätzlich existiert im 1OG direkt vor den Inforadioräumen ein Reporterzimmer mit drei Arbeitsplätzen.

Für einen besseren Überblick wird die Redaktionsorganisation vom RBB Inforadio im Folgenden noch einmal als schematische Graphik dargestellt:



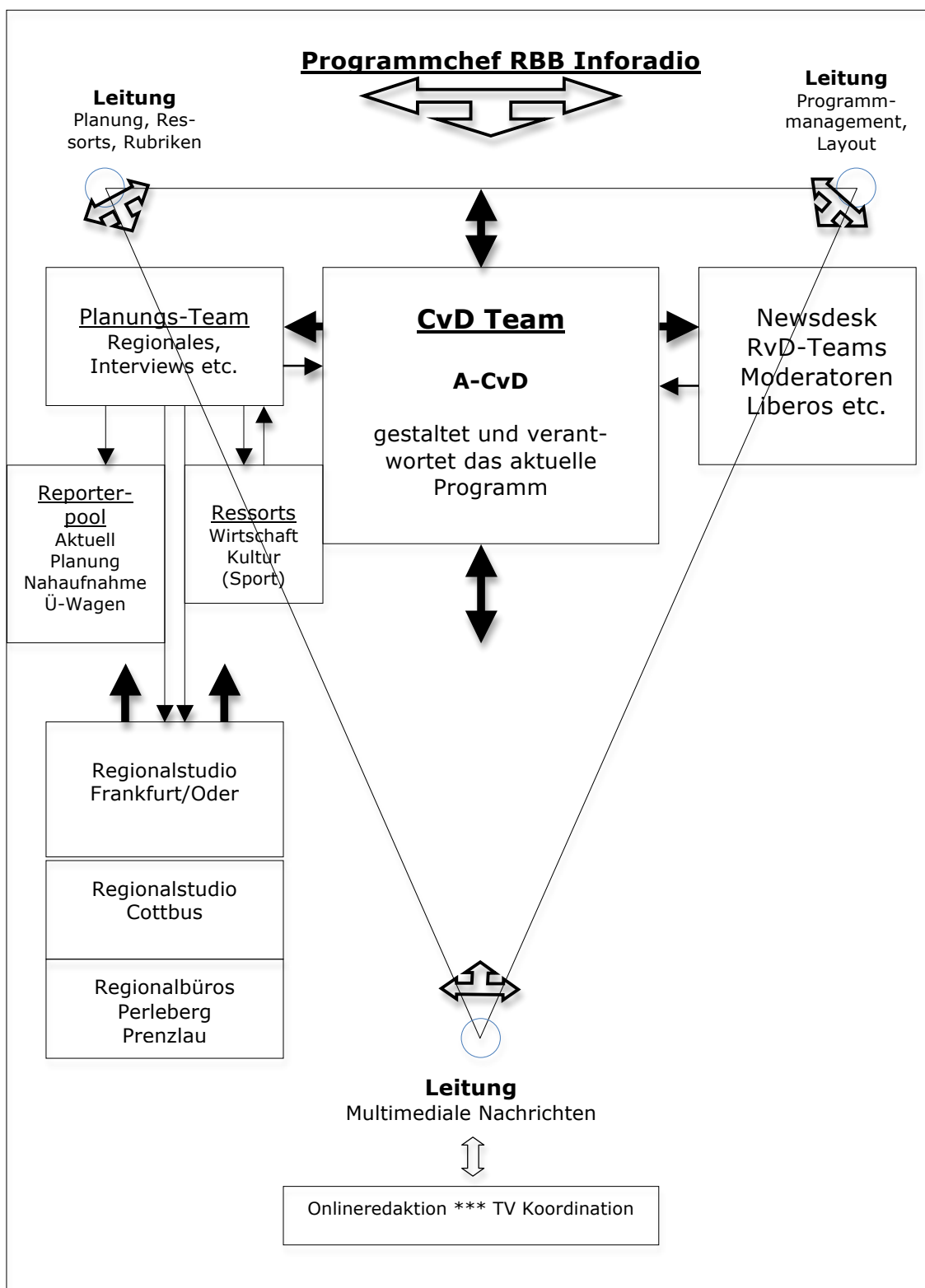


Abb.4: Redaktionsorganisation RBB Inforadio; eigene Darstellung

## **16.2. Institutionelle Einflussfaktoren**

### **16.2.1. Hierarchien**

#### **16.2.1.1. Redaktionskonferenzen – Kaum hierarchisch, viel Diskussion**

Beim RBB Inforadio gibt es werktäglich eine Redaktionskonferenz um 10 Uhr.<sup>68</sup> Darüberhinaus gibt es morgens und abends weitere Konferenzen, die im Stehen abgehalten werden und daher redaktionsintern ‚Stehungen‘ genannt werden. Am Freitag gibt es eine institutionalisierte Feedback-Konferenz. Darüber hinaus gibt es diverse Planungskonferenzen in unterschiedlicher personeller Konstellation (siehe Kapitel 16.2.1.2.).

Morgens um 8 Uhr 30 leitet der ACvD die Stehung im Newsroom.<sup>69</sup> In ca. einer viertel Stunde wird mit dem Team im Newsroom, bestehend aus RvD, Vertertern der Nachrichten, der Bereiche Regionales, Wirtschaft, Kultur, Sport sowie dem Aktuell- und Ü-Wagenreporter (so diese noch nicht im Einsatz sind) die Themenlage erörtert und gegebenenfalls werden erste Entscheidungen, zum Beispiel bezüglich des Einsatzes der Reporter, getroffen (vgl. ex. RBB Inforadio 2010b, 448f).

Nachmittags treffen sich A- und PCvD mit dem Team im Newsroom, bestehend aus RvD und Vertretern der Bereiche Nachrichten, Regionales, Wirtschaft, Kultur und Sport. Dort wird die Programmplanung für den restlichen Tag und für den nächsten Morgen besprochen, Dauer: ebenfalls eine viertel Stunde (vgl. ex. RBB Inforadio 2010b, 446).

Die Stehungen werden von einem Vertreter der Entscheidungsebene (meist A- bzw. PCvD) geleitet. Folgender Ablauf wird in der Regel eingehalten:

1. Vertreter der Nachrichten stellen die wichtigsten Meldungen des Tages und deren Reihenfolge in den Nachrichtenblöcken vor.
2. Der RvD referiert das bisherige Programm.

---

<sup>68</sup> Am Montag ist der Ablauf etwas anders: Um 9 Uhr 30 beginnt eine Vorplanungskonferenz für die Woche, die um 10 Uhr nahtlos in die Redaktionskonferenz (mit mehr Teilnehmern) übergeht. Um 11 Uhr schließt sich eine Regionalplanungskonferenz an. Um 13 Uhr startet die Wochenplanungssitzung des Planungsteams. Vierteljährlich an einem Montag beginnt um 14 Uhr eine Jahresplanungskonferenz (vgl. RBB Inforadio 2010 a, 418ff).

<sup>69</sup> Es gibt eine erste institutionalisierte Stehung um 5 Uhr 30. Dort treffen sich u.a. RvD, Nachrichtenredakteur und Früh-Moderator. Der ACvD nimmt darin nicht teil. Diese frühmorgendlichen Konferenzen wurden nicht beobachtet.

3. Die Vertreter der Bereiche Regionales, Wirtschaft, Kultur und Sport referieren ihre geplante und/oder bereits gesendeten Themen.
4. Es werden Verabredungen mit den Reportern getroffen (gilt nur für die Stehung am Morgen) (vgl. ex. RBB Inforadio, 455f).

Die Redaktionskonferenz um 10 Uhr wird immer von einem Vertreter der Leitungsebene (Programmchef, Redaktionsleitung Nachrichten, Programmmanagement, Planung u.a.) strukturiert, allerdings folgt der Ablauf nur folgendem groben Schema:

1. Programmkritik von ACvD, der das gesendete Programm referiert und bewertet sowie von Format CvD, der zumeist exemplarisch einen Beitrag vorstellt.
2. Ressorts Regionales, Wirtschaft, Kultur, Sport und Wissenschaft referieren in genannter Reihenfolge ihre Themen.
3. PCvD referiert Planung des nächsten Tages (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 430f).

Es ließ sich beobachten, dass auf den Redaktionskonferenzen sehr oft über Themen, insbesondere über die Relevanz von Themen, diskutiert wurde.

Beispiel 1: Auf einer Redaktionskonferenz ging es um das neue Buch der Eisläuferin Claudia Pechstein. Die Vertreterin der Sportredaktion warnte vor einem PR-Beitrag. Das führte zu einer Diskussion über die Relevanz dieses Themas und seiner Positionierung im Programm. Angemahnt seitens der Leitungsebene wurde eine kritische Berichterstattung. Am Rande wurde noch lapidar erwähnt, dass sich dieses Thema seit drei Wochen durch X Sitzungen zog (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 430f).

Beispiel 2: Das Thema Rekommunalisierung wird auf einer Früh-Stehung diskutiert. Die Diskutanten, darunter der ACvD, ein Regionalredakteur sowie ein Wirtschaftstredakteur, hatten deutlich abweichende Meinungen über die Wertigkeit des Themas. Die Diskussion wurde leicht polemisch und es kam an dieser Stelle zu keiner Einigung. In der späteren Redaktionskonferenz wurde das Thema vom PCvD aufgegriffen und es kam erneut zu einer kurzen Diskussion, die mit dem Vorschlag für einen Interviewpartner endete. Der ACvD bemerkte in der Diskussion, dass es in der Früh-Stehung für dieses Thema keine ‚Stimmung‘ gab (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 455f und 459).

Beispiel 3: Der Wellenchef fragte auf einer Redaktionskonferenz nach einem Bericht über die Namensänderung der Bayer-Schering AG, wonach der Namensanteil der früheren Berliner Pharmafirma Schering aus dem gemeinsamen Namenszug entfernt werden sollte. Die Regionalredakteurin verwies auf die Kollegin der Wirtschaft, die für eine besondere Berichterstattung keinen Anlass sah. Der Wellenchef sah dagegen deutlich die Relevanz des Themas, bemerkte aber, dass eine Berichterstattung nunmehr zu spät sei. Die Wirtschaftsredakteurin entschuldigte sich ansatzweise für ihre offenbar falsche Einschätzung. Der Wellenchef schloss mit der Bemerkung, dass man ein Bauchgefühl bräuchte, um die Relevanz von regionalen Themen einschätzen zu können, und dass genau dieses Bauchgefühl für den Sender sehr wichtig ist (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 451).

Die Vertreter der Ressorts referieren, insbesondere wenn sie originäre Sendeplätze bestücken müssen (z.B. im Wirtschaftsressort die Rubrik Wirtschaft-Aktuell), zumeist ihren Planungstand, der in der Regel unkommentiert bleibt (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 441).

Es ließ sich beobachten, dass es auf den Konferenzen zwar vielfach Impulse für Handlungen gab, die aber selten in konkrete Handlungsverabredungen mündeten. Oft kamen die Impulse von den CvDs, also aus der Entscheidungsebene.

Beispiel 1: Auf einer Früh-Stehung brachte der ACvD das Thema Wasserverträge aufs Tapet. In der Diskussion darüber waren sich die Teilnehmer relativ schnell einig, dass der 700 Seiten Vertragstext einmal genau analysiert werden müsste, letztlich von einem versierten Juristen. Dabei blieb es. In der späteren Redaktionskonferenz wurde das Thema wieder angesprochen, letztlich wurde aber niemand damit beauftragt, sodass der PCvD schließlich erklärte, sich selbst darum kümmern zu wollen (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 455 und 459).

Beispiel 2: Der PCvD berichtete auf einer Redaktionskonferenz, dass ihm eine verlässliche Quelle den Namen des Spitzenkandidaten der Links-Partei genannt habe. Daraus folgte keine Handlungsanweisung in Richtung Operationsebene, sondern er selbst wollte ein Gespräch dazu vorbereiten (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 459).

Es ließ sich (nur) einmal beobachten, dass es auf einer Redaktionkonferenz in Anwesenheit des Wellenchefs zu einer klaren Handlungsverabredung kam: Beispiel: Auf einer Redaktionskonferenz startete der ACvD die Überlegung, wie nach der Berichterstattung über die Machenschaften des HSH-Bankchefs Nonnenmacher nun weiter berichtet werden sollte. Die Programmchefin schlug die Thematik Mitarbeiterspionage im Allgemeinen vor und formulierte den journalistischen Focus. Der Wellenchef verabredete sodann konkret mit dem ACvD und der Vertreterin des Wirtschaftsressorts, welcher Autor den Beitrag bis wann realisieren sollte (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 450).

Insbesondere auf den Früh-Stehungen ließ sich beobachten, dass es zu mehr oder weniger konkreten Handlungsverabredungen zwischen dem ACvD und den Aktuell- bzw. Ü-Wagen-Reportern kam.

Beispiel: Auf einer Früh-Stehung wurde das langfristig geplante Thema Rauchen (vgl. RBB Inforadio 2010 a, 428) eher unmotiviert besprochen. Im Anschluss bekam dennoch die Aktuell-Reporterin den Auftrag, dazu einen ‚menschelnden‘ Beitrag zu produzieren, es wurde besprochen, welche Inhalte beispielsweise behandelt werden könnten bzw. wie die Reporterin vorgehen könnte. Die Formulierungen blieben im Konjunktiv, so dass der Reporterin Spielraum für eigene Umsetzungsideen blieb. Auch wurde kein konkreter Sendetermin vereinbart, sondern nur, dass das Thema nicht schon gegen Mittag fertig sein sollte (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 448f).

Insgesamt ließ sich beobachten, dass auf allen Konferenzen entweder von der Leitungsebene oder von der Entscheidungsebene in die Runde nach weiteren Themen-Ideen, Programmvorschlägen oder Feedback gefragt wurde (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 a, 420; 2010 b, 436).

Am Ende der Beobachtungswoche gab es noch eine Feedback-Runde, an der Vertreter der Leitungsebene und Entscheidungsebene teilnahmen. Es ließ sich beobachten, dass hier nicht hierarchisch, sondern schlicht der Reihe nach frank und frei die Sendewoche ‚nachgearbeitet‘ wurde.

*„Diese abschließenden Feedback-Runden haben zum Ziel, die Qualität der Sendung und die Zusammenarbeit im Team zu prüfen“ (RBB Inforadio o. Datum, 371f).*

Neben Themenrelevanz, -platzierung, und -darstellung wurde tatsächlich kontrovers über Kommunikationsstrukturen sowie über das Senderselbstverständnis (siehe Kapitel 16.3.1.) gesprochen (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 464ff).

Insgesamt war eine auf Teamarbeit zielende und von daher eher wenig hierarchische Kommunikation auf den Konferenzen zu erleben. Die institutionalisierten Feedback-Runden (insbesondere am Ende einer Sendewoche) dienen der Qualitätskontrolle von Programmhalten sowie der personellen Zusammenarbeit. Inwieweit die Feedback-Runden tatsächlich zu Konsequenzen führen, ließ sich in der Kürze der Beobachtungszeit nicht ermitteln.

#### **16.2.1.2. CvD, Planungs-Team, Ressorts – Agieren auf Augenhöhe**

Der ACvD ist beim Inforadio der Gesamtverantwortliche für das jeweils laufende Programm, „d.h. für die Zusammenstellung der Themen, für den Themenmix im Wesentlichen“ (Wildt 2011, 119). Dabei liegt seine Kernarbeit weniger in der Platzierung und konkreten Zusammenstellung der einzelnen Sendestrecken, als vielmehr in der inhaltlichen Koordinierung der einzelnen Teams.

*„Ganz konkret heißt das, dass ich sehr viel Überblicks- und Anknüpfungsbearbeitung leisten muss (...), dass wir immer wieder auch Gespräche mit einfügen, mit anleiern. Da gebe ich zum Teil direkte Anweisungen. Ich muss dann auch entscheiden, in welcher Form wird ein Thema, eine Sache umgesetzt, an welcher Stelle erscheint das“ (Wildt 2011, 120).*

Hierarchisch ist der ACvD der „fachlich Vorgesetzte im Newsroom“ (RBB Inforadio o. Datum, 372) für den jeweiligen Sendetag. Da der ACvD und der PCvD ihre Positionen in der Regel täglich wechseln, gibt es im Grunde genommen für eine Sendewoche ein Verantwortungsduo. Der Format-CvD, der für das Controlling des Programms zuständig ist, ergänzt dieses Duo, greift in der Regel aber hierarchisch nicht in das Geschehen einer Sendewoche ein (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 452 und 455).

Auch geographisch wird die Verantwortlichkeit des CvD-Duos deutlich: Sie sitzen am Ende des Planungsgroßraumbüros vis à vis der RvD-Insel im angrenzenden Newsroom. Damit haben sie sowohl den Planungsbereich direkt im Blick als auch den Newsroom mit seinen Gewerken in direkter Nähe.

Es ließ sich beobachten, dass die CvDs immer wieder den informellen Austausch mit Kollegen suchten, entweder direkt im Anschluss an eine Stehung (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 446) oder zum Beispiel an der Planungsinsel (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 445f). Dabei agierten die CvD insgesamt weniger formal-hierarchisch als vielmehr teamorientiert: Meinungen und Anregungen der Kollegen sind gewünscht und werden häufig erbeten (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 448).

Neben der inhaltlichen und arbeitsökonomischen Koordinierung der werktäglichen Sendemannschaft ist der ACvD für den Einsatz des Aktuell-Reporters zuständig (vgl. Wildt 2011, 127), der meist nach der Frühstehung erfährt, welches Thema oder welchen Termin er besetzen soll (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 449).

Das Planungs-Team besteht aus der Regional-Planerin, der Aktuell-Planerin, der Wochen-Planerin und einem Assistenten<sup>70</sup>. Sie sitzen zusammen an der sogenannten Planungs-Insel direkt vor zwei großen Flip-Charts, an denen tageweise die Themen-, Beitrags- und Gesprächspartnerplanung kontinuierlich notiert wird.

Zwar ist jeder für seinen Bereich zuständig, aber in der Realität wird über Themen, Beiträge und Gesprächspartner rege miteinander kommuniziert (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 435f).

*„Wenn ich z.B. mit dem Planungsredakteur der nächsten Woche rede, der die Interviews beplant, und es gibt irgendein Thema, das ansteht, dann überlegen wir beide gemeinsam, wie können wir das abdecken. Also, er ist zwar für die Interviews zuständig, aber trotzdem denkt er natürlich auch nicht nur in Interviews. Und ich wiederum denke nicht nur in Ü-Wägen oder Beiträgen, oder wie kann ich das mit den anderen Wellen absprechen, sondern ich denke natürlich auch: Dazu müsste man mal den und den befragen, das wäre dann schon interessant. Also, da gibt es einen informellen Austausch“ (Schrey 2011, 152).*

Während die Aktuell- und Wochen-Planerin insbesondere für die Organisation von Gesprächspartnern zuständig sind, ist die Regional-Planerin für die Planung, Organisation und Umsetzung regionaler Themen im Inforadio-Programm zuständig. Dafür stehen ihr beim Inforadio werktäglich ein Planungs- und ein Ü-Wagen-Reporter zur Verfügung. Sie versucht darüber hinaus in Ab-

---

<sup>70</sup> Da das Planungsteam während der gesamten Beobachtungszeit mit drei Frauen und einem Mann besetzt war, wird hier sprachlich die weibliche Form verwendet.

sprache mit anderen Hörfunkwellen aus den Regionalstudios und –büros weitere regionale Beiträge zu bekommen (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 452).

„Wir können leider nicht Studio Cottbus anrufen und sagen, wir hätten gerne zu folgendem Thema einen Beitrag. Gibt es da jemanden, der uns das machen kann? (...) Wenn die sagen, nein, wir brauchen den Kollegen oder den Reporter für eine andere Geschichte (Pause), dann haben wir Pech gehabt“ (Nolting 2011, 105).

Eine Weisungsbefugnis gegenüber den Regionalstudios und –büros besteht demnach nicht.

Die Regional-Planerin betreut ferner die werktägliche Rubrik Nahaufnahme und ist außerdem Ansprechpartnerin für die anderen Hörfunkwellen des RBB (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 461f).

Für den Bereich Abnahme von Beiträgen lassen sich folgende Strukturen erkennen: Die Regional-Planerin ist in der Regel für die eingehenden Beiträge aus den Regionalstudios und –büros zuständig, darüber hinaus nimmt sie die Beiträge der Nahaufnahme-Reporter ab sowie die Beiträge des Planungsreporters (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 435; 452; Wildt 2011, 125f).

Die Rechercheergebnisse werden in der Regel nicht überprüft, es geht bei der Abnahme von Beiträgen eher um Plausibilität (vgl. Wildt 2011, 126). Allerdings werden recherchierte Geschichten durchaus während des Entstehungsprozesses besprochen, vor allem, wenn deutlich wird, dass die Recherche einen anderen Weg nimmt als geplant:

*„Dann lass ich mir das schon erklären, warum ist es die Geschichte, warum stimmt das nicht, hast du dich da jetzt blenden lassen sozusagen, weil man über die andere Sache nicht reden will, oder ist es eigentlich doch viel brisanter, woraus ziehst du diesen Schluss, wie kommst du darauf. Und wenn man das dann besprochen hat und auch noch einmal hat nachfragen lassen, entscheidet man schon gemeinsam, in welche Richtung es geht“ (Schrey 2011, 150f).*

In Ausnahmefällen greift die Regional-Planerin in Recherchen von Autoren ein.

*„Wenn es heikel wird (...), dann frage ich immer nach, wie hast Du das herausgefunden, hast du das abgesichert bis dahin, dass ich auch überlege, müssen wir jetzt auch das Justitiariat einschalten, um das noch einmal zu überprüfen“ (Schrey 2011, 148f),*



Oder, wie sich beobachten ließ, werden Autoren auch schon einmal daran erinnert, dass ihre Beiträge nicht unbedingt Pulitzer-Preis-verdächtig sein müssen (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 435).

Sollte es einmal zwischen einem Autor und der Regional-Planerin zu einem Konfliktfall kommen, entscheidet entweder der CvD oder die Planungschefin (Redaktionsleitung Planung, Ressort, Rubriken) (vgl. Schrey 2011, 151).

Die Ressorts Wirtschaft, Kultur und Sport haben ein eigenes Budget für Beiträge und entscheiden relativ autonom, was sie auf ihren originären Sendeplätzen thematisch unterbringen möchten (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 454). Selbst Beitragswünsche der CvD können ohne Angabe von Gründen negativ beschieden werden.

Beispiel: Auf einer Konferenz erbat der PCvD von dem Ressort Wirtschaft einen Beitrag zum Thema ‚Mögliche Einameverluste der Tabakindustrie seit Einführung des Rauchverbotes in Gaststätten‘. Dieser Beitrag sollte im Zuge des langfristig geplanten Themas ‚Rauchen‘ umgesetzt werden. Die Vertreterin des Ressorts Wirtschaft weigerte sich schlicht, diesen Beitrag zu liefern. Der CvD erbat dann zumindest eine Hilfestellung bei diesem Thema, den Beitrag würde er dann anderweitig vergeben (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 437).

Besonders auffällig ist, dass im Bereich der CvD, Planung und Ressorts eher auf informeller Ebene agiert wird, als dass es zu hierarchisch-konkreten Anweisungen kommt. Im Gegenteil: Das scheint eher verpönt zu sein, was sich aus der Antwort des Vertreters der Entscheidungsbene ableiten lässt, für den das ‚Kontrollieren‘ von Rechercheergebnissen eher nach Hierarchie klingt und das eben so nicht verstanden wissen will, sondern als ein gegenseitiges und einvernehmliches ‚Checken‘ (vgl. Wildt 2011, 126).

#### **16.2.1.3. Reporterpool – Mit und ohne Dienstplan**

Der Reporterpool ist keine abgeschlossene Einheit (wie z.B. der Reporterpool bei NDR Info; siehe Kapitel 15.2.1.3.), sondern besteht aus zwei Bereichen: Zum einen aus zumeist festen freien Mitarbeitern, die für die Positionen des Aktuell-, Ü-Wagen- und Planungsreporters in einem Dienstplan eingeteilt werden und zum anderen aus zwei festangestellten Reportern, die ausschließ-

lich für die Rubrik ‚Nahaufnahme‘<sup>71</sup> Reportagen liefern und daher nicht im Dienstplan stehen. Gelegentlich wird ein fester freier Mitarbeiter zur Entlastung und/oder Ergänzung als Nahaufnahmereporter abgestellt.

Wie schon erwähnt, werden die dienstplangeführten Reporter von dem ACvD und /oder der Regional-Planerin mit der Bearbeitung in der Regel aktueller oder mindestens latent aktueller Themen betraut. Sie nehmen daher eine hierarchisch weisungsgebundene Position ein.

Die Nahaufnahmereporter genießen eine herausgehobene Stellung, denn sie stehen nicht im Dienstplan, sondern liefern Reportagen für den werktäglichen Sendeplatz ‚Nahaufnahme‘.<sup>72</sup> Dafür recherchieren sie hauptsächlich im berlin-brandenburgischen Sendegebiet (vgl. Tiegs 2011, 178), denn aus den Regionalstudios und -büros wird für dieses Format nichts geliefert (vgl. Tiegs 2011, 188f).

Mindestens alle zwei Wochen treffen sich die Nahaufnahmereporter mit der Planungschefin und der Regional-Planerin, um die Themen der nächsten Tage und Wochen zu verabreden (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 440; Nolting 2011, 106f). Dabei generieren die Nahaufnahmereporter ihre Themen zumeist selbst:

*„Hier muss eigentlich keiner ein Thema machen, was er nicht will, sondern es findet schon jeder so das, worauf er auch Lust hat und dann geht man ans Werk“ (Tiegs 2011, 175).*

Anfänglich wurden die Nahaufnahmen auch von Festen-Freien produziert, aber das war finanziell für den Sender schwer kalkulierbar, so dass als Konsequenz nunmehr zwei Festangestellte – sowie Redakteure der Redaktion Landespolitik und des Hauptstadtstudios – diese Rubrik beliefern (vgl. Tiegs 2011, 175). Damit wurde auch die Hoffnung verbunden,

*„dass es dann in schnellere, fixere, professionellere Hände gerät und diese Haltung ist auch geblieben, so dass sie uns auch im Grunde auch ein Stück weit blind vertrauen, dass schon in Ordnung sein wird, was wir herausfinden. Und wenn es Unstimmigkeiten gibt, dann in der Regel geschmäckerlich“ (Tiegs 2011, 175).*

---

<sup>71</sup> Die ‚Nahaufnahmen‘ sind Reportagen beziehungsweise dem Format nach eher Mini-Features in einer Länge von ca. sieben Minuten. Sie bestehen aus Interview-Tönen, atmosphärischen Geräuschen, gelegentlich Musik und dem Sprechertext.

<sup>72</sup> Die Nahaufnahmen werden werktäglich um 10 Uhr 45 (Stand: Februar 2011) gesendet. Geplant ist eine Verlegung auf 9 Uhr 45 (vgl. Tiegs 2011, 168).

Während ihrer Recherchen besprechen die festangestellten Nahaufnahmereporter ihre Ergebnisse und beraten sich (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 440). Das wird auch seitens der Leitungs- und Entscheidungsebene erwartet (vgl. Wildt 2011, 126).

*„Man wird nie gefragt, wie bist du denn an die Ergebnisse gekommen. Sondern es wird, wenn man es positiv ausdrücken will, darauf vertraut, dass man seine Möglichkeiten hat und clever genug ist, an Infos zu kommen. Tja, und der Rest ist Schweigen“ (Tiegs 2011, 169).*

Die Abnahme erfolgt dann durch den CvD oder durch die Regional-Planerin (vgl. Tiegs 2011, 175). Wird ein fester freier Reporter mit dem Erstellen einer Nahaufnahme beauftragt, dann hat er für Recherche und Produktion eine Woche Zeit (vgl. Naht 2011, 193, 197). Zumeist werden der journalistische Focus und das Vorgehen intensiv mit der Regional-Planerin besprochen (vgl. Naht 2011, 196; Schrey 2011, 150).

Es ist nicht vorgesehen, besser gesagt, es wird von der Leitungsebene nicht erwartet, dass der Reporterpool vom RBB Inforadio investigative Recherchen durchführt (vgl. Nolting 2011, 117; Tiegs 2011, 186; Naht 2011, 203).<sup>73</sup>

Eine klar definierte Zuständigkeit für konkrete Themenfelder haben weder die Aktuell- und Planungsreporter, noch die Nahaufnahmereporter. Allerdings gibt es Reporter,

*„die haben eher Zugang zu sozialen Themen, andere haben eher Zugang zu politischen Themen oder Gesundheitsthemen oder Verkehrsthemen. Natürlich hat man das auch im Blick“ (Schrey 2011, 152).*

Im Laufe der Zeit erwerben sich einige Reporter einen ‚Ruf‘ für bestimmte Themen (vgl. Tiegs 2011, 163), gelten als besonders gute Rechercheure (vgl. Schrey 2011, 153) oder definieren für sich selbst einen Themenschwerpunkt (wie z.B. Rechtsradikalismus), den sie eigenständig verfolgen (vgl. Naht 2011, 202).

Neben dem Reporterpool werden beim Inforadio pro Jahr ca. drei bis vier projektbezogene Recherteams gebildet, die sich einem Thema wid-

---

<sup>73</sup> Der RBB verfügt über einen bimedialen Reporterpool, der (Stand: Februar 2011) von der Programmplanung TV geführt wird und für tiefer gehende Recherchen zuständig sein soll/wird (vgl. Nolting 2011, 109; Wildt 2011, 128; RBB Inforadio 2010 b, 443).

men. Das heißt, nach der Konzeptionierung im Team werden von den Teammitgliedern in Einzelarbeit mehrere Themenaspekte mit entsprechendem Output bearbeitet. Geführt werden diese Projekt-Teams zumeist von einem CvD (vgl. Wildt 2011, 129).

Neben der für alle Reporter grundsätzlich formellen Redaktionshierarchie setzt die Leitungsebene im Bereich der Nahaufnahmereporter auf das Funktionieren einer informellen (Funktions-) Hierarchieebene, denn die Nahaufnahmen werden zumeist von festangestellten Reportern angefertigt, die Abnahme erfolgt jedoch in der Regel von einer festen freien Redakteurin. Grundsätzlich agiert eine feste freie Mitarbeiterin hierarchisch unterhalb von Festangestellten, wird hier jedoch qua Funktion aufgewertet. Diese mindestens interpretationsfähige Konstellation verdeutlicht, dass diskursive Koordination beim RBB Inforadio durchaus gewollt ist und insofern das Informelle als ein integraler Bestandteil des Senders angesehen werden kann (siehe Kapitel 7.3.).

### **16.2.2. Budget**

Im Reigen der ARD Anstalten gilt der RBB schon länger als armer Sender. Entsprechend ist die Finanzausstattung des Inforadios:

„Bei uns wird schon sehr lange gespart, und zwar sehr heftig. (...) Bislang ging es so, dass das, was wir wegsparen mussten, noch keine tief eingreifenden Einschnitte im Programm bedeutete. Bislang. Ich weiß nicht, wie die Entwicklung dieses Hauses in den nächsten Jahren ist. In diesem Jahr und auch im nächsten Jahr ist das alles stramm, es ist sehr, sehr stramm, aber es ist jetzt nicht so, dass man Krokodiltränen weint, weil man seine Hauptkompetenz über Bord schmeißt“ (Nolting 2011, 111).

Insgesamt wird angenommen, dass der Etat des Inforadios in der Zukunft eher noch absinken wird (vgl. Nolting 2011, 111).

#### **16.2.2.1. Reporterpool – Fest verplant, keine Extras**

Der Reporterpool verfügt über zwei festangestellte und in der Regel drei feste freie Reporter, die werktäglich in verschiedenen Funktionen arbeiten. Die zwei Festangestellten arbeiten als Nahaufnahmereporter, die Freien als Aktuell-, Ü-Wagen und Planungsreporter. Die festen freien Reporter stehen in einem Dienstplan und bekommen ein Tageshonorar. Von ihnen wird ein klar definierter Output erwartet (siehe Kapitel 16.2.5.).

Der Reporterpool, insbesondere die zwei Nahaufnahmereporter, werden von der Leitungsebene als Luxus betrachtet (Nolting 2011, 106).

*„Ja, Recherche ist wichtig, aber wir können nur einen Teil der Mitarbeiter - und da muss ich jetzt einmal sagen einen Bruchteil der Mitarbeiter - mit langfristigen (...) Recherchen beschäftigen. Und das sind die (...) festangestellten Reporter, die eben auch mit Nahaufnahmen beschäftigt sind. Das sind die, die richtig in die Tiefenrecherche gehen können. Das können wir uns sonst auch nicht leisten. (...) So ein Informationsprogramm, wie wir es sind, wir leisten uns schon Recherche, aber es ist nicht unser oberstes Ziel. Das kann es auch gar nicht sein.“ (Nolting 2011, 109).*

In der Regel treffen sich alle zwei Wochen die Planungschefin und die Regional-Planerin mit den Nahaufnahmereportern, um die Themen und vor allem auch die Fertigstellungstermine zu besprechen.

*„Wenn man recherchiert, kann man nicht sagen, und morgen ist das fertig. Also, die haben immer fünf Sachen gleichzeitig laufen, und dann mache ich gemeinsam mit der Regional-Planerin einen Plan, so in zwei Wochen - irgendwann muss man ja einmal eine Deadline ziehen - in zwei Wochen wäre es gut, wenn wir es da senden könnten, und dann sagen die, ja das geht, oder es geht nicht. Also, wir leisten uns diesen Luxus, Reporter bei uns zu beschäftigen - es sind Festangestellte, nur so geht es nämlich auch - die auch schon einmal ein Thema ein viertel Jahr lang verfolgen“ (Nolting 2011, 106).*

Für die Besetzung der Sendeposition ‚Nahaufnahme‘ werden auch die Redaktionen Landespolitik des RBB und das Hauptstadtstudio angefragt. Allerdings können diese mit dem Verweis auf ihre aktuelle Berichterstattungsverpflichtung eine Anfrage von Inforadio ablehnen.

*„Daran merken wir auch, wie viel von uns abgefragt wird, wenn die anderen nicht können oder nicht wollen. Und aus den Regionalstudios Cottbus, Frankfurt/Oder kommt gar keine Nahaufnahme, weil dort fast nur freie Reporter arbeiten, die müssten wir bezahlen - dafür ist kein Budget da für eine Nahaufnahme. Wenn es ungünstig ist, dann müssen Thomas und ich sehr viel liefern. Wenn die Zulieferung von anderen Teilnehmern gut läuft, dann sinkt für uns auch der Druck, bzw. dann können wir ein bisschen weiter in die Zukunft reinarbeiten, und dann entspannt sich natürlich insgesamt die Lage“ (Tiegs 2011, 165).*

Am Rande der Beobachtung ergab ein Gespräch mit einer Reporterin, dass das werktägliche Programmelement ‚Nahaufnahme‘ relativ viel Zeit-Kapazität kostet, vor allem, da es keinerlei Unterstützung der Reporter gibt, wie zum Beispiel durch einen Assistenten. Das führt letztlich dazu, dass für langfristige Recherchen wenig Raum bleibt. In der Konsequenz bedeutet das, dass die Reporter Themen schneller im Berliner Raum abbilden können, so daß sich

das Land Brandenburg kaum adäquat im Programm abdecken lässt (RBB Inforadio, 2010b, 453).

Insofern wird bei Personalengpässen (siehe Kapitel 16.2.3.2.) gelegentlich eine feste freie Reporterin mit der Produktion einer Nahaufnahme betraut. Dafür hat sie eine Woche Zeit und wird tageweise honoriert (vgl. Naht 2011, 193, 197).

Der Budgetrahmen für Nahaufnahmen sieht keinerlei Extras vor, abgesehen von der Möglichkeit, für Recherchen bzw. Aufnahmen einen RBB-Dienstwagen auszuleihen und damit ausschließlich im Sendegebiet, also im Raum Berlin und Brandenburg, zu fahren (vgl. Tiegs 2011,

*Beispiel: „Ich habe vor ein paar Wochen gesagt, ich kann jede Woche in den Agenturen nachlesen, wie ein treudeutscher Familienvater die ganze Familie niedergemetzelt hat, weil die Frau sich trennen wollte, und sich selbst am Ende vielleicht auch noch. Das ist ein Phänomen, dem ich gerne einmal nachgehen wollte. Das BKA tut das auch, das BKA sitzt nur leider nicht in Berlin. Das BKA hat eine Studie zu diesen deutschen Familienmorden in Auftrag gegeben bei einem Forscher in Westdeutschland. Mit dem habe ich telefoniert. Für solche Sachen gäbe es die Möglichkeit, dass man den in ein ARD-Studio setzt und mit dem über Fernleitung ein Interview führt. Aber dass ich den besuche... (Augendreher) Unsere Frage ist dann in der Regel an die Leute, sind sie zufällig in den nächsten Wochen, Monaten in Berlin. Das ist nicht selten der Fall. (...) Aber in der Tat, Themen, die hier nicht umzusetzen sind, weil die Leute eben nun zufällig nicht in Berlin und Brandenburg tätig sind, das kann man dann eigentlich schlecht“ (Tiegs 2011, 178).*

Um Kosten zu sparen – so ließ sich auf einer Planungssitzung beobachten – werden Themen, die zunächst als Reportage für die Position ‚Nahaufnahme‘ angedacht waren, als Live-Gespräch abgehandelt (vgl. RBB Inforadio 2010 a, 424) .

#### **16.2.2.2. Budget für Beiträge – Streng limitiert**

Neben dem dienstplangeführten und damit sicher finanzierten Reporterpool gibt es beim Inforadio ein Budget für den Bereich Planung und Aktuelles, allerdings auf niedrigem Niveau:

*„Wir haben ja Reporterdienste. Und ansonsten – festhalten – darf man pro Tag hier ein Beitragshonorar ausgeben, ein erhöhtes. Und da ist es egal wofür. Für einen Gesprächspartner oder für den Kollegen vom WDR, den man mal eben einkaufen muss usw. usf. Es wird jetzt hier nicht noch zusätzlich ein Autor beauftragt“ (Nolting 2011, 110).*

Insofern setzt das Inforadio stark darauf, dass andere Redaktionen im RBB Themen besetzen und diese Beiträge schlicht übernommen werden können (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 452) oder gegebenenfalls für das Inforadioformat leicht umgearbeitet werden müssen (vgl. Nolting 2011, 105). Es werden in der Regel keine Aufträge an freie Autoren mehr vergeben (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 452).

Das Ressort Regionales verfügt über kein eigenes Budget (vgl. Schrey 2011, 148), die Regional-Planerin führt aber – wie erwähnt – einen Teil des Reporterpools, der insbesondere regionale Themen abdeckt.

Die weiteren Ressorts verfügen hingegen über eigene Budgets (vgl. Nolting 2011, 110). Beispielsweise beschäftigt die Wirtschaftsabteilung neben der Ressortleiterin werktäglich einen Reporter, zwei Börsenberichterstatter und einen festen freien Autor. Das Kultur-Ressort bedient werktäglich zwei Rubriken und hat darüberhinaus einen Etat für weitere drei Beiträge. Die bi-mediale Sportredaktion des RBB beliefert das Inforadio mit Beiträgen und Live-Auftritten der Sportredakteure und wird dafür pauschal honoriert. Daneben gibt es, insbesondere am Wochenende, einzelne Sendepositionen (z.B. Unterwegs, Umgeschichtet, Zwölfzweiundzwanzig etc.), die mit einem Budget ausgestattet sind (vgl. RBB Inforadio 2010 a, 427).

In seltenen Ausnahmefällen wird ein Reporter aus einer Dienstplanschicht freigestellt und mit einer besonderen Recherche betraut, zum Beispiel mit einer Nahaufnahme.

*„Aber dabei muss man natürlich auch noch immer im Blick haben, dass die Berichterstattung weitergeht. Man muss schon genau gucken, denn in der Regel gibt es dafür keine gesonderten Mittel. Man muss sehen, dass man den Rest des Programms so gestaltet, dass das möglich ist, aber in diesem Fall ist es durchaus passiert“ (Schrey 2011, 147f).*

Es ließ sich beobachten, dass die Ressource Geld deutlich das Handeln der Inforadio-Mitarbeiter prägt.

Beispiel: Auf einer Jahresplanungskonferenz ging es um das Thema ‚Fachkompetenz von Politikern‘ und die Frage: Kann man das Politikerhandwerk erlernen? Hintergrund war (ist) die durchaus gängige Praxis von Regierungen, bei der Vergabe von Ministerposten eher nach Parteibuch, denn nach

Fachkompetenz zu besetzen. Die Idee der Planungschefin war, einen festangestellten Reporter als Praktikant bei einem Politiker das Politikerhandwerk über einen längeren Zeitraum erlernen zu lassen. Die Idee wurde von den Sitzungsteilnehmern goutiert, über eine mögliche öffentlich-rechtliche Proporz-Hürde diskutiert. Die Idee starb, als ein Teilnehmer auf den Kostenfaktor verwies und konstatierte, dass der Chefredakteur solch ein Unterfangen niemals genehmigen würde (vgl. RBB Inforadio 2010 a, 426).

Insgesamt wird beim Inforadio nach Sendeposition beziehungsweise Output der Reporter/Autoren kalkuliert. Darüber hinaus sind Kosten, zum Beispiel für freie Autoren, nicht vorgesehen. Nur in sehr seltenen Ausnahmefällen wird Geld für Extras (Recherchen, Beiträge etc.) zur Verfügung gestellt.

Sowohl die Beobachtung als auch die Befragungen zeigen deutlich, dass bei den Inforadio-Mitarbeitern die Haltung vorherrscht, bei einer grundsätzlich ‚armen‘ ARD-Anstalt zu arbeiten. Diese Haltung bestimmt ihr Agieren. Insofern wird von der Redaktionsleitung bei kostenverursachenden Themenvorschlägen von vorn herein eine ablehnende Haltung erwartet und eher nicht insistiert. Insgesamt herrscht beim Inforadio auf allen Ebenen das Prinzip Hoffnung, dass zumindest der finanzielle Status quo erhalten bleibt und nicht weiter gespart wird.

Die Idee, dass das Inforadio für die Herstellung von Qualitätsjournalismus – insbesondere, wenn dazu auch der Bereich der investigativen Recherche gehören soll – von der RBB Leitung selbstbewusst ein höheres Budget fordert, scheint im kollektiven Bewusstsein der Inforadio-Mitarbeiter mit einem Denkverbot belegt zu sein.

### **16.2.3. Personal**

Beim Inforadio vom RBB arbeiten ca. 200 Mitarbeiter, davon rund zwei Drittel im journalistischen Bereich, ein Drittel im eher technischen Bereich. Insgesamt sind ca. 80 Mitarbeiter festangestellt, davon arbeiten die meisten im Bereich Nachrichten (siehe Kapitel 16.1.). Nach Schätzung der Redaktionsleitung liegt der Anteil der Frauen von den 200 Mitarbeitern bei rund 60 Prozent<sup>74</sup> (vgl. Nolting 2011, 103f).

---

<sup>74</sup> Schon während des Pretests beim RBB Inforadio fiel auf, dass mehr Frauen als Männer zum Beispiel im Planungsbereich arbeiten oder an den Redaktionssitzungen teilnehmen. Daher wurde – wie auch bei NDR Info – dieser Aspekt sowohl weiter



### **16.2.3.1. Redakteursschichten – Keine große Ersatzbank**

Insbesondere im Bereich des Aktuellen sind Redakteure hoch disponiert. Das heißt, wenn es dort zu Ausfällen (z.B. durch Krankheit) kommt, dann entstehen sehr schnell personelle Engpässe.

*„Wenn ein Redakteur vom Dienst ausfällt, oder besonders, wenn ein Moderator ausfällt. So viele haben wir da nicht, dass die alle zu Hause sitzen und auf einen Anruf warten“ (Nolting 2011, 106).*

Im Gegensatz dazu sind die Bereiche Planung und CvD personell gut ausgestattet, zumindest wurden Personalengpässe in diesem Bereich von niemandem erwähnt und ließen sich auch nicht beobachten (vgl. Nolting 2011, Anhang 106; Schrey 2011, 145). Nichts desto weniger erscheint das Personaltableau im Bereich der CvD mit insgesamt vier Personen, von denen werktäglich drei beschäftigt werden, vor dem Hintergrund von Urlaubszeiten und möglichen Erkrankungen eher eng kalkuliert.

*„Es kommt manchmal zu Engpässen. Und da wir als Team von CvDs in einer Wechselschicht in einer Woche arbeiten, aber noch einen im Hintergrund haben, der besondere Aufgaben hat, sehr oft die Sendung begleitet, ein Art Monitoring oder Controlling macht, aber auch sich mit Projekten befasst, haben wir einen, der einspringen kann, oder eine, die einspringen kann. Aber Engpässe sind nicht so häufig“ (Wildt 2011, 120).*

So wie die Bereiche Planung und CvD arbeiten auch die Ressorts im Schichtsystem. Beispielsweise deckt im Ressort Wirtschaft werktäglich eine festangestellte Mitarbeiterin den Bereich Planung ab, drei feste freie Mitarbeiter sorgen für die Börsenberichterstattung, Beiträge, den Ablauf etc. Darüber hinaus kann noch ein weiterer freier Autor beschäftigt werden. Ähnlich organisiert ist zum Beispiel das Kulturressort. Insgesamt bedeutet das, dass die maximale Anzahl der festen freien Mitarbeiter beim Inforadio begrenzt sein muss, damit für diese ‚Schichtarbeiter‘ ein monatliches Mindesteinkommen gewährleistet werden kann. Das wiederum führt bei Erkrankungen und in Urlaubszeiten durchaus zu personellen Engpässen.

Es ließ sich beobachten, dass sowohl das Wirtschafts- als auch das Kulturressort auf Redaktionssitzungen auf Grund von Personalmangel für die Besetzung von Themen Praktikanten einsetzten (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 430). Andererseits scheinen z.B. die Börsenberichterstatter in ihrer jeweiligen

---

beobachtet als auch in den Interviewleitfäden für die Leitungsebene mit eingearbeitet.

Arbeitsschicht nicht grundsätzlich ausgelastet zu sein, denn auf einer Redaktionssitzung ließ sich beobachten, dass die Wirtschaftsredakteurin Vorrecherchen zu einem Thema anbot mit Verweis darauf, dass die Börsianer ohnehin über Arbeitsmangel klagen würden (vgl. RBB Inforadio 2010 a, 423).

Auch Mitglieder der Entscheidungsebene greifen für Rechercheaufgaben auf Praktikanten zurück, das wurde bei der Beobachtung deutlich (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 434; 463). Insbesondere, wenn es sich um zeitaufwendige Recherchen handelt, lässt sich nicht sofort jemand benennen, der dafür zuständig ist.

Beispiel: An einem Tag ging es mehrfach auf verschiedenen Sitzungen um das Thema ‚Wasserverträge‘. Es herrschte Einigkeit darüber, dass zunächst jemand den 700 Seiten langen Vertragstext durcharbeiten müsste, um anschließend adäquat darüber berichten zu können. Dafür ließ sich niemand finden. Es endete schließlich damit, dass der Justiziar des RBB dazu befragt werden sollte (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 455; 458f).

Weiter ließ sich beobachten, dass auf Grund von Personalmangel Themen durch Live-Gespräche per Telefon im Programm abgedeckt werden:

Beispiel: Auf einer Redaktionskonferenz erläuterte der Kulturredakteur, dass das Ressort für das vorgesehene Orchester-Thema keinen kostenneutralen Autor hat, woraufhin der Vorschlag gemacht wurde, das Thema durch ein Telefon-Interview abzudecken (vgl. RBB Inforadio 2010 a, 420).

#### **16.2.3.2. Nahaufnahme-Reporter – Komplett verplant**

Die zwei festangestellten Nahaufnahme-Reporter sind in erster Linie für die Belieferung der Reporatge-Rubrik im Inforadio zuständig, pro Sendewoche liefert jeder Reporter mindestens eine sieben Minuten-Reportage ab. Dafür treffen sie sich im Zweiwochenrythmus, um mit der Planungsleiterin und der Regional-Planerin die Themen abzusprechen.

Neben der Erstellung von Nahaufnahmen wird darüber hinaus erwartet, dass sie sich mit weiteren Themenideen und deren Umsetzung ins Programm einbringen, insbesondere, wenn ein Themengebiet, in dem sie sich auskennen, virulent wird (vgl. Tiegs 2011, 163). Allerdings gibt es keine konkret definierten Themenzuständigkeiten, sondern es kristallisiert sich im Laufe der

Zeit heraus, wer über welche Themenkompetenzen verfügt (vgl. Schrey 2011, 145f).

Da es keine konkreten Absprachen mit anderen RBB-Redaktionen (Landespolitik, Hauptstadtstudio) gibt, die ebenfalls die Rubrik Nahaufnahme beliefern, kommt es immer wieder zu Engpässen:

*„Wenn es ungünstig ist, dann müssen Thomas und ich sehr viel liefern. (...) Der Druck ist hoch. Also Krankheit ist ein Problem. Wenn es ungünstig läuft, dann ist es tatsächlich so, wenn ich einen festen Aufnahmetermin habe oder Gesprächspartnertermin, die ich auch wahrnehmen muss, weil ich absehen kann, wenn ich das Interview heute nicht mache, dann kann ich es morgen nicht bearbeiten, dann kann ich übermorgen die Nahaufnahme nicht fertig machen, die überübermorgen laufen soll, dann ist es schon so, dass man nicht so einfach sagen kann, naja dann läuft sie halt einen Tag später. Sondern dann kann tatsächlich eine Lücke sein, weil wir keinen Stehsatz haben. Wir haben so gut wie nie Stehsatz, von wem auch immer geliefert. Von uns selbst oder von den anderen, so dass es schlecht ist, wenn so eine Woche einmal fünf Tage durchgeplant ist und die Dinger dann nicht kommen“ (Tiegs 2011, 165).*

Diese Engpässe führen nicht selten dazu, dass die Nahaufnahmereporter schon nach der Vorrecherche konstatieren,

*„würde ich gerne machen, wird aber eine große Nummer, haben wir dafür im Moment Kapazitäten, sieht schlecht aus, dann lassen wir das einfach mal sein“ (Tiegs 2011, 177).*

Oder aber, sie versuchen mit einem Ortstermin alles abzudecken.

*„Wir haben aber in den letzten Monaten uns sehr oft dabei erwischt – das wurde auch von uns und anderen allgemein beklagt – dass es schade ist, dass wir oft gesagt haben, wo können wir schnell hingehen, wo wir in einem Termin alles in den Kasten kriegen und nicht noch hierhin fahren, dahin fahren, dorthin fahren. Wir hatten zeitweise echt ein Loch, wo wir kaum Zulieferung gekriegt haben, das war schrecklich. Das war echt tack, tack, tack. Das fanden wir selbst fatal, wenn man so an die Themen schon rangeht, wo kann ich einmal hinfahren und ich habe alles im Kasten“ (vgl. Tiegs 2011, 179).*

Die zwei festangestellten Nahaufnahmereporter können in der Regel auf keinerlei personelle Unterstützung zurückgreifen, wie zum Beispiel auf einen Assistenten, der sie zumindest in der Alltagsrecherche entlastet.

*„Wir vergleichen uns immer mit den Zeitungen, so ein bisschen, zumindest, was die lokale, regionale Berichterstattung betrifft. Und da wurmt es etliche in der Redaktion schon, dass wir dann oft aufschlagen und dann steht – beispielsweise in der Berliner Zeitung – 70 Prozent aller Sekundarschüler sind unzufrieden, ergab eine Umfrage. Dann denkt man sich, hätte man ja vielleicht auch versuchen können, wenn man die Zeit gehabt hätte, wenn man*

*zu einem sagen kann: Häng dich jetzt mal ans Telefon und versuche einmal so viele Schülervertreter von so vielen Schulen, wie es geht, zu erreichen, und horch einmal, wie bei denen die Lage ist. Das ist aber eben zeitlich nicht drin" (Tiegs 2011, 173).*

### **16.2.3.3. Feste freie Reporter – Hilfe durch Volontäre und Co.**

Bei der Besetzung der drei Reporterschichten (Planungs-, Aktuell- und Ü-Wagen-Reporter) kommt es gelegentlich zu Engpässen, meist auf Grund einer Krankmeldung.

*„Passiert nur dann, wenn, wie zum Beispiel in dieser Woche, der Ü-Wagen-Reporter ausfällt und dort ein Termin schon abgemacht ist, der viel Vorbereitung und Mühe gekostet hat. In diesem Fall war es eine Probe von Kabarettisten, die extra unseretwegen drei Stunden vorgezogen worden ist, wo sechs, sieben Leute daran beteiligt sind. So einen Termin kann man nicht absagen wegen Krankheit. Da bin ich dann eingesprungen. Beim tagesaktuellen Reporter ist es so, dass er eher einmal ausfällt, als dass dann da noch jemand mit ins Boot geholt wird" (Naht 2011, 191f).*

Auch während der Beobachtungswoche fiel der Aktuell-Reporter wegen Krankheit aus und wurde nicht ersetzt (RBB Inforadio 2010 b, 461).

Gelegentlich wird – wie auch in der Beobachtungswoche – die Planungsreporterin als Unterstützung für die Nahaufnahme eingesetzt:

*„Bei mir ist es so, wenn ich eine Nahaufnahme mache – die ich im Moment im Übrigen auch mache als Planungsreporterin – dann habe ich in dieser Woche tatsächlich die gesamte Woche Zeit für die eine Nahaufnahme" (Naht 2011, 193).*

Es ist beim Inforadio nicht vorgesehen über die drei festen freien Reporter weitere Reporter/Autoren zu beschäftigen (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 454f).

*„Ich habe nicht viel Auswahl, da ich ja keine Leute einkaufen kann, habe ich eben die Leute, die es eben gibt" (Schrey 2011, 153).* Nur in (seltenen) Ausnahmefällen werden freie Reporterkapazitäten eingekauft, eher wird bei anderen Redaktionen nachgefragt, ob ein Thema (kostenneutral) bearbeitet werden könnte, insbesondere, wenn es sich um etwas anspruchsvollere Recherchen handelt. *„Also insofern ist es eher eine Hemmung zu sagen, aus diesem aktuellen Bereich nehmen wir uns einen Reporter" (vgl. Wildt 2011, 128)*

Es ließ sich darüber hinaus beobachten, dass ein personeller Engpass im Bereich Aktuell-Reporter durch die Einbindung eines Volontärs kompensiert

wurde, der nach Ansicht der Redaktionsleitung die entsprechende Kompetenz aufwies (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 464).

#### **16.2.4. Teamarbeit**

##### **16.2.4.1. Reporterteams – Drei bis viermal pro Jahr**

Recherche ist beim RBB Inforadio Solistenarbeit – das ist der Regelfall.

*„Man kann kurzfristig da mal etwas reinziehen und sagen, das ist jetzt so ein Granatenthema, da muss jetzt mal einer eine Woche dran sitzen, aber das machen wir nicht mit zwei, drei Leuten, die das gleichzeitig tun“ (Wildt 2011, 128).*

Es ließ sich beobachten, dass die festen freien Reporter ihre Themen allein bearbeiten (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 456f). Auch die Nahaufnahmereporter arbeiten und recherchieren in der Regel allein, sehr selten im Team, wobei die Ergänzung dann aus Praktikanten besteht.

*„Das ist die wirklich große Ausnahme, dass wir so viele Praktikanten haben, dass es da einen gibt, der einen vielleicht unterstützen kann“ (Naht 2011, 199).*

Allerdings findet bei den Nahaufnahmereportern ein deutlich teamorientierter Austausch auf informeller Ebene statt (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 444f).

*„Wir kommen punktuell im Team zusammen, Reporter und Redakteure und Planungschefin so alle vierzehn Tage auf unserer Reportersitzung, die ist gesetzt, wo wir uns austauschen können. Und wie gesagt, informell, wenn man den Rat sucht vom Kollegen, auch wenn es um Manuskripte geht, aber formal macht man allein“ (Tiegs 2011, 179f).*

Insgesamt gibt es beim Inforadio drei bis vier größere Projekte pro Jahr, die in Teamarbeit entstehen (vgl. Wildt 2011, 129).

*„Ich habe gerade ein Projekt in der Vorbereitung, wo es bereits nur zwei vorbereitende Sitzungen gab mit Autoren und einem Teamleiter, das bin ich. (...) Das wird ein Projekt sein mit täglichen Beiträgen, langen Beiträgen, also Recherchen über drei Wochen. Ziel ist über den Daumen, 15 Beiträge zu machen, mindestens zwei Thementage. Das ist also eine umfangreiche Vorbereitung. Dieses Team wird natürlich nach der Konzeptionierung, (...) dann ausschwärmen und erst einmal für sich arbeiten, wird dann aber noch einmal zusammenkommen, um noch einmal eine Absprache zu haben“ (Wildt 2011, 129).*

Teamarbeit - wie hier soeben beschrieben - bedeutet in erster Linie, dass die unterschiedlichen Aspekte eines Themas abgesteckt und an die Autoren zur Bearbeitung verteilt werden. Es steht klar der Output im Vordergrund und nicht die Recherche.

Allerdings gibt es auch kleinere Projekte, an denen zwei Reporter über einen längeren Zeitraum arbeiten mit der Maßgabe, exklusiv zu recherchieren.

*„Also, bei dieser Fluglärmgeschichte haben wir das so gemacht. Da gab es allein aus unserer Redaktion zwei Leute, die sich darum gekümmert haben und die sich auch austauschen“ (Schrey 2011, 154).*

#### **16.2.4.2. Trimediale Zusammenarbeit – In Planung**

Die Organisationsstruktur des RBB ist auf multimediale Zusammenarbeit ausgerichtet, die Programmdirektorin ist gleichzeitig zuständig für Hörfunk, Fernsehen und Online. Das Inforadio gehört organisatorisch zum Bereich multimediale Information mit einem Chefredakteur an der Spitze (siehe Kapitel 16.1.).

Geplant ist, einen sogenannten ‚Aktuellen Tisch‘ zu installieren, der die einzelnen Medienbereiche organisatorisch zusammenführt (vgl. Wildt 2011, 138f).

*„Die Versuche, die jetzt angestrengt werden im RBB, dass man versucht auf Grund dieser neuen Institution, dem aktuellen Tisch, mehr Überblick eigentlich zu haben über das, was im Haus passiert und recherchiert wird und wer wo dran arbeitet, und so auch zu gucken, dass man mehr (...) Kompetenzen bündelt, dass man wirklich sagt, wir arbeiten bei der Abendschau [Regionalfernsehen, Anm. Verf.], bei Kontraste [ARD, Anm. Verf.], bei Inforadio und bei Radio Berlin am Thema Flugrouten, und die Leute setzen sich zusammen und versuchen da, sich ihre Aufgaben aufzuteilen und das auch immer wieder zusammenzuführen. Das wäre eine Möglichkeit, in der Theorie, aber vielleicht klappt sie ja. Das könnte ich mir schon vorstellen. Als einzelne Welle ist es kaum zu stemmen“ (Schrey 2011, 158).*

Erste Erfahrungen zumindest mit bimedialer Zusammenarbeit soll das Team ‚Flugrouten/-lärm‘ sammeln.

*„Dieses Zweier-Team wird inzwischen ergänzt durch einen Kollegen, der für die Abendschau [Regionalfernsehen, Anm. Verf.] im Wesentlichen arbeitet und am Thema Flughafen schon ganz lange dran ist (...) und die gemeinsam ein bimediales Projekt darauf setzen wollen zu einem Tag eine lange Recherche sowohl bei uns, wie auch im Fernsehen veröffentlichen. Und die als Team – so als Ziehharmonika-Prinzip – mal ganz eng zusammenarbeiten, zusammensitzen, sich das Material anhören und sagen, so ist das, mal auseinander schwärmen und sagen, ich gehe zu der Demo, du zu dem Staatssekretär und ich mache die Recherche dort mit dem Flughafenbetreiber“ (Wildt 2011, 130).*

Für den Aufbau des ‚Aktuellen Tisches‘ soll auf die Erfahrung der bimedial arbeitenden Redaktionen ‚Landespolitik‘ zurückgegriffen werden. Als Teil dieser Strukturmaßnahme kann sicherlich auch der Ausbau des bimedialen Re-

porter-pools des RBB betrachtet werden. Allerdings ergaben am Rande der Beobachtung zwei Gespräche, dass die Arbeitsdefinition und Ausgestaltung des Pools noch unklar sind. Außerdem soll der Pool inhaltlich und organisatorisch der Programmplanung Fernsehen und nicht dem Inforadio zugeordnet werden (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 443).

## **16.2.5. Rechercheertrag**

### **16.2.5.1. Output an Beiträgen – Klare Erwartung**

Beim RBB Inforadio wird von den zwei Nahaufnahmereportern erwartet, dass sie je eine Sieben-Minuten-Reportage pro Woche liefern (vgl. Nolting 2011, 108). Allerdings kann das auch gelegentlich weniger sein, wenn es genügend Zulieferungen anderer Redaktionen für diese Sendeposition gibt (vgl. Tieg 2011, 164).

Der Ü-Wagen-Reporter hat täglich einen Output zu liefern, zumeist eine Live-Reportage. Ebenso gilt für den Aktuell-Reporter die klassische Form, pro Tag ein Beitrag (vgl. Wildt 2011, 121).

*„Wenn ich aktuelle Reporterin bin, dann entscheidet man morgens gemeinsam je nach aktueller Lage, für was es sich lohnt, heraus zu gehen und worüber man berichten sollte. Vor allem auch, was sich in der Zeit auch machen lässt, weil, es heißt ja in der Regel, dass der Beitrag am Nachmittag schon laufen muss“ (Naht, 2011, 190f).*

Es ließ sich beobachten, dass der Aktuell-Reporter nach der morgendlichen Stehung vom ACvD einen Auftrag bekam mit der Ansage, wann der Beitrag erwartet wird.

Beispiel 1: Der ACvD beauftragte den Aktuell-Reporter, einen Beitrag zum Thema ‚Rauchen‘ zu erstellen, der allerdings nicht zwingend schon um 12 Uhr fertig sein musste. Besonderes Augenmerk sollte dabei weniger die Faktenlage sein, als vielmehr ein humoriger Ansatz (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 449).

Beispiel 2: Nach einer morgendlichen Stehung bekam der Aktuell-Reporter aus Anlass der Pressekonferenz zur ‚Vorlesestudie 2011‘ den Auftrag, eine Reportage zum Thema in einer Kita zu erstellen, die im Nachmittagsprogramm gesendet werden sollte (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 456).

Da der Planungsreporter jeweils für die folgende Woche produziert, kommt es eher selten vor, dass der Output bei fünf Beiträgen liegt, sondern eher bei drei bis vier (vgl. Nolting 2011, 108).

*„Das ist unterschiedlich. Der Planungsreporter ist verantwortlich für die sogenannten Hinhörerpositionen, das sind morgens Beiträge, die im Frühprogramm laufen und je nachdem, wie viel davon schon gefüllt ist oder nicht, danach richtet sich auch, wie viel man tatsächlich machen muss, und auch danach, wie viel Recherche für den einzelnen Beitrag tatsächlich nötig ist. Wenn es ganz einzeln stehende Beiträge sind, die miteinander überhaupt nichts zu tun haben, also nicht Teil einer Serie sind, dann bewegt sich das zwischen zwei und drei meiner Erfahrung nach. Wenn es eine Serie ist, dann kann es auch schon einmal sein, dass es vier werden. Bei mir sind es noch nie fünf geworden, weil ich das ablehne, bei anderen schon“ (Naht 2011, 191).*

Auch wenn es besondere Themen-Projekte gibt, an denen mehrere Reporter beteiligt sind, wird der Output zumeist klar definiert:

*„Das wird ein Projekt sein mit täglichen Beiträgen, langen Beiträgen, also Recherchen über drei Wochen. Ziel ist über den Daumen, 15 Beiträge zu machen, mindestens zwei Thementage“ (Wildt 2011, 129).*

#### **16.2.5.2. Rechercheaufwand – Deutlich begrenzt**

Beim RBB Inforadio gibt es ein Zeitlimit für Recherchen: Es liegt in aller Regel zwischen einem Tag und einer Woche.

*„Es begrenzt sich durch Kapazitäten der Menschen, (...) so dass ich sagen würde, dass zwischen einem Tag und einer Woche ist eine gängige Bandbreite an Recherche, die wir leisten. Darüber hinaus länger als eine Woche an einem Thema zu recherchieren oder an einem Themenfeld, das ist schon sehr selten und bezieht sich dann auf Projekte, die wir aber bestenfalls mehrmals im Jahr machen“ (Wildt 2011, 121).*

Bei den festangestellten Nahaufnahmereportern gilt dieses Maß zwar in der Regel ebenfalls, aber sie haben natürlich die Möglichkeit perspektivisch für spätere Sendetermine zu arbeiten. Das heißt allerdings nicht zwingend, dass sie mehr Zeit für Recherche haben, denn sie arbeiten zumeist an mehreren Themen gleichzeitig.

Am Rande der Beobachtung erzählte eine Nahaufnahmereporterin, dass sie parallel an drei Themen arbeitet (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 438).

*„Das ist aber der Vorteil, dadurch, dass mein Kollege und ich nur für Nahaufnahmen arbeiten, können wir in solchen Zeiten, die für andere Reporter, die sagen wir einmal, eine Reporterschicht eine Woche lang haben, die dann aber darüber hinaus nicht als Reporter eingesetzt sind, die sitzen dann drei Tage und warten auf Rücklauf und können wirklich nichts anderes machen, dagegen schon für die perspektivisch nächste Nahaufnahme in vier, fünf Wochen etwas anschieben, oder Ideen entwickeln“ (Tiegs 2011, 164).*



Wenn feste freie Reporter eine Nahaufnahme erstellen sollen, dann werden sie dafür eine Woche im Dienstplan geblockt: *„Es gibt im Dienstplan eine Woche Zeit dafür, und dann wird die Reportage darauf ausgerichtet“* (Naht 2011, 197). Das heißt, der Dienstplan bestimmt die Recherchezeit und nicht das Thema. Sollte sich herausstellen, dass die Recherchezeit nicht ausreicht, dann wird entweder der journalistische Blickwinkel verändert oder die Reportage wird thematisch gesplittet.

*„Es geht nicht unbedingt verloren, aber deswegen wird die Recherchezeit nicht ausgeweitet. Im schlimmsten Fall stirbt die Reportage. Dann muss man sich ein anderes Thema suchen“* (Naht 2011, 198).

Neben der zeitlichen Limitierung wird außerdem darauf geachtet, dass die Recherchen im Sendegebiet erfolgen. Dafür steht den Reportern ein sender-eigenes Fahrzeug zur Verfügung, weiter entfernte Dienstreisen (auch per Bahn oder Flugzeug) werden nicht genehmigt.

*„Autos, Dienstwagen ja. (...) Also, da würde nie einer fragen, was, 400 Kilometer gefahren, sind sie wahnsinnig, dann ist das eben so. Aber dass man sich in den Zug setzt und irgendwo hinfährt, das ist Privatspaß. Das macht natürlich auch keiner“* (Tiegs 2011, 177f).

Die zeitliche und räumliche Limitierung führt in der Konsequenz teilweise dazu, dass die Reporter versuchen, ihre Themen in Berlin umzusetzen.

*„Was natürlich auch zu einer Verschiebung der Berichterstattung führt und zu einer Verzerrung der abgebildeten Wirklichkeit, weil wir Vieles eben aus der Berliner Perspektive erledigen, weil die Wege kürzer sind“* (Tiegs 2011, 189).

Auf der anderen Seite heißt es seitens der Redaktionsleitung, dass eine Ausweitung von Recherchen auch möglich ist.

*„Oder es kommt einer an und sagt, bei den Recherchen zu dem Thema ist mir das aufgefallen. Da müssten wir wirklich einmal buddeln, dann sage ich, ja mach. Und dann präsentiert der irgendwann die Ergebnisse“* (Nolting 2011, 111f).

So eine Ausweitung wird allerdings eher eine Ausnahme sein, das bestätigten die Befragungen sowohl auf Leitungs-, Entscheidungs- als auch auf Operationsebene.

*„Ja, Recherche ist wichtig, aber wir können nur einen Teil der Mitarbeiter - und da muss ich jetzt einmal sagen einen Bruchteil der Mitarbeiter - mit langfristigen, wenn Du langfristig meinst, Recherchen beschäftigen“* (Nolting 2011, 109).

*„Also, ich kann sagen, das, was möglich ist, läuft sehr gut, aber es ist schon so, dass viele Geschichten, die mühsamer zu recherchieren wären, die sehr viel Zeit und Reinstochern und Nachfragen und so weiter kosten würden, oft auf Grund finanzieller und personeller Möglichkeiten, also Personalausstattung und finanzieller Ausstattung leider eben nicht möglich sind“ (Schrey 2011, 158).*

*„Wo wir nicht so stark sind, ist in der Tat in der tiefer gehenden Recherche. Wenn es um Themen geht, wo man nicht weiß, wie ist da die Lage, wie ist die Stimmung, wo man wirklich groß herumfragen müsste, da sind wir eher schwach“ (Tiegs 2011, 185).*

Darüber hinaus ließ sich beobachten, dass ein schon im Vorfeld deutlich erkennbarer Rechercheaufwand für ein Thema nicht zu der Frage führt, wie lässt sich das organisieren, sondern eher zu einer Vermeidungsstrategie.

Beispiel: Auf der vierteljährlich stattfindenden Jahresplanungskonferenz wurde ‚Pflege in Deutschland‘ als bedeutendes Thema für 2011 vorgestellt. Es hieß, die Politiker hätten unter dem Stichwort Pflegereform viel versprochen, nun gelte es dies genau zu überprüfen. Es entstand eine lange mit vielen - auch privaten - Details unterfütterte Diskussion. Es kristallisierte sich bei einer Mehrheit der Redakteure heraus, dass man einmal exemplarisch die teilweise katastrophalen Missstände in pflegerischen Einrichtungen aufdecken sollte. Deutlich wurde, dass dieser Focus eine profunde Recherchearbeit – möglicherweise auch investigative Recherche – bedeuten würde. Darauf kam der Hinweis auf das Kosten-Nutzen-Verhältnis solcher Recherche und dessen Chance auf Genehmigung. Als (vorläufiger) Abschluss der Debatte hieß es, dass sich eine Diskussion leichter anhand eines pflegerischen Positiv-Beispiels herstellen ließe als tatsächlich ein Negativ-Beispiel zu recherchieren (RBB Inforadio 2010 a, 424f).<sup>75</sup>

Insgesamt erhebt das Inforadio nicht den Anspruch, permanent als eine Art journalistische ‚Wühlmaus‘ zu agieren (vgl. Nolting 2011, 117).

*„Punktuell haben wir die Möglichkeit für Recherche, auch für unsere Ziele und Zwecke ausreichend, aber nicht in der Breite“ (Wildt 2011, 121).*

---

<sup>75</sup> Diese Jahresplanungssitzung diente in erster Linie dazu, die Relevanz von Themen festzustellen und erste Ideen für deren Umsetzung zu sammeln. Insofern kann nicht behauptet werden, dass die Thematik ‚Pflege‘ nicht doch im Sinne einer profunden Recherche bearbeitet wird.

*„So ein Informationsprogramm, wie wir es sind, wir leisten uns schon Recherche, aber es ist nicht unser oberstes Ziel. Das kann es auch gar nicht sein“ (Nolting 2011, 108f).*

## **16.2.6. Autonomie**

### **16.2.6.1. Landesstudios – Fürstentümer der ARD**

Die RBB Landesstudios und -büros sind für die Berichterstattung in ihrem Sendegebiet zuständig und können autonom entscheiden, welche Themen sie bearbeiten. Sie beliefern in erster Linie den Regionalsender Antenne Brandenburg (vgl. Tiegs 2011, 188), die angebotenen Beiträge stehen allerdings sämtlichen Hörfunkwellen des RBB zur Verfügung.

*„Wir haben zwar Regionalstudios in ganz Brandenburg, wir können die gar nicht groß nutzen. Die liefern uns ab und an die aktuellen Dreiminüter – schön – aber was wir an Brandenburg-Kilometern verfahren haben, um Brandenburger Geschichten abzubilden... Kann man einerseits sagen, ja wunderbar natürlich, das interessiert mich auch. Bloß, dann brauche ich auch nicht so eine Studiostruktur aufrecht zu erhalten, wenn dort Leute arbeiten, die vom eigenen Mutterhaus bezahlt werden müssen – extra. (...) Die Regionalreportagen laufen bei uns. Aber, wenn wir Berliner Reporter sie nicht machen, dann gibt es die nicht“ (Tiegs 2011, 188f).*

Das Inforadio hat zwar die Möglichkeit in den Landesstudios um Beiträge zu bitten, *„wenn die sagen, nein, wir brauchen den Kollegen oder den Reporter für eine andere Geschichte (Pause), dann haben wir Pech gehabt“* (Nolting 2011, 105). In der Konsequenz muss dann entweder auf einen Beitrag verzichtet werden, oder das Inforadio entsendet einen eigenen Reporter:

*„Das (RBB-Auto; Anm. Verf.) habe ich auch schon für einen einzelnen Beitrag bekommen, einen zweieinhalb Minuten Beitrag. Eine Fahrt nach Cottbus, was ich jetzt schon selber als relativ viel empfunden habe, zudem wir ja auch eigentlich ein Studio in Cottbus haben. Aber es war ein Interview mit dem dortigen NPD-Vorsitzenden, und das wollte das Studio Cottbus nicht machen. Und dann bin ich dahin gefahren“ (Naht 2011, 198).*

Insbesondere das siebenminütige Reportageformat Nahaufnahme wird nicht von den Landesstudios und -büros beliefert.

*„Aus den Regionalstudios Cottbus, Frankfurt/Oder kommt gar keine Nahaufnahme, weil dort fast nur freie Reporter arbeiten, die müssten wir bezahlen – dafür ist kein Budget da für eine Nahaufnahme“ (Tiegs 2011, 165).*

Da das Inforadio auch keinen direkten Einfluss auf die Planung der Landesstudios hat, versucht das Planungsteam möglichst weit im Voraus Beitragsbedürfnisse bei anderen Wellen – und über diesen Umweg auch bei den Regionalstudios – anzumelden (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 452; Schrey 2011,

145). Insofern hat das Inforadio keinerlei Befehlsgewalt gegenüber den Landesstudios und -büros:

*„Wir haben hier als Widerstände verschiedene Herzogtümer und Fürstentümer, wo jeder Boss und jede Chefin sagt, nee, nee, über Ressourcen befinde ich, und wer wann hier recherchiert und das Geld ausgibt, bestimme ich“ (Wildt 2011, 139).*

#### **16.2.6.2. Redakteure – Entscheidung nach Absprache**

Die zwei festangestellten Redakteure, die Nahaufnahmen produzieren, sind in ihren Entscheidungen weitgehend autonom. Deren Rechercheergebnisse werden respektiert (vgl. Naht 2011, 197).

*„Im Prinzip ist man autonom. Also, der Thomas und ich gelten hier als erfahrene Reporter. (...) Die Hoffnung war schon, in dem man es Thomas und mir gibt, dass es dann in schnellere, fixere, professionellere Hände gerät und diese Haltung ist auch geblieben, so dass sie uns auch im Grunde auch ein Stück weit blind vertrauen, dass schon in Ordnung sein wird, was wir herausfinden. Und wenn es Unstimmigkeiten gibt, dann in der Regel geschmäcklerisch“ (Tiegs 2011, 175f).*

Die Autonomie der Redakteure basiert in diesem Falle auf der informellen Verabredung, *„man wird schon kommen, wenn man ein Problem hat oder in einer Sackgasse ist“* (Tiegs 2011, 174). Grundsätzlich wird die Richtung einer Recherche im Vorfeld besprochen:

*„Da man ja bei jedem dieser Stücke einen Entscheidungsspielraum hat, in welche Richtung geht es, finde ich, greift das ein bisschen ineinander. Es gibt eine Idee, dann fängt die Recherche an. Dann stellt man bei der Recherche möglicherweise fest, die Idee ging eigentlich in eine falsche Richtung, weil, die eigentliche Geschichte ist so und so. Dann lass ich mir das schon erklären, warum ist es die Geschichte, warum stimmt das nicht, hast du dich da jetzt blenden lassen sozusagen, weil man über die andere Sache nicht reden will, oder ist es eigentlich doch viel brisanter, woraus ziehst du diesen Schluss, wie kommst du darauf. Und wenn man das dann besprochen hat und auch noch einmal hat nachfragen lassen, entscheidet man schon gemeinsam, in welche Richtung es geht“ (Schrey 2011, 150f).*

Bei den festen freien Reportern wird zwar teamorientiert, aber letztlich von den Redakteuren entschieden, welches Thema wie und mit welchem Aufwand bearbeitet werden soll.

*„Wenn ich aktuelle Reporterin bin, dann entscheidet man morgens gemeinsam je nach aktueller Lage, für was es sich lohnt, heraus zu gehen und worüber man berichten sollte. (...) In den anderen Schichten, also wenn ich Planungsreporterin bin und die Beiträge für die nächste Woche mache, da unterscheidet es sich sehr stark. Da kann es schon manchmal sein, dass ich an der Auswahl der Themen gar nicht mehr beteiligt bin, weil das schon passiert ist und mir von der Redaktion dann mitgeteilt wird, wobei es da aber auch so*

*ist, dass sie schon ein bisschen gucken, wer hat diesen Dienst und passt das Thema zu der Person" (Naht 2011, 190f).*

Auch wenn die Redaktion, insbesondere das Planungsteam, sich bemüht, die thematisch individuellen Schwerpunkte der einzelnen Reporter zu berücksichtigen, entscheidet letztlich der Dienstplan, wer welches Thema bearbeitet.

*„Mit der Schwerpunktbildung ist es aber so ein bisschen problematisch bei Inforadio, weil man nicht unbedingt nach Schwerpunkten eingesetzt wird, sondern nach Dienstplan. Trotzdem gibt es solche Strukturen, und wenn so ein Thema aufkommt, dann teilt die Redaktion mich vielleicht eher in so eine Planungsreporterschicht, weil sie sehen, dass ich im Dienstplan bin, wenn sie sehen, dass so ein Thema ansteht. So funktioniert das dann" (Naht 2011, 198).*

Der Aufbau solch einer Themenkompetenz (Schwerpunkt) entsteht beim Inforadio letztlich durch kontinuierlichen Output (vgl. Tiegs 2011, 182) oder durch freiwilliges Engagement. Jenseits dieser Outputorientierung gibt es keine institutionelle Struktur, die es den Journalisten ermöglicht, eine Themenkompetenz aufzubauen oder zu vertiefen (zum Beispiel zur Kontaktpflege) (vgl. Tiegs 2011, 168f). Allerdings wird beim Inforadio auf informeller Ebene auf das Vorhandensein einer Themenkompetenz gesetzt.

*„Jetzt, wo wir jedenfalls einen kleinen festen Reporterstamm haben, kristallisiert sich schon heraus, die haben bestimmte Schwerpunkte, die wissen von bestimmten Themen ziemlich gut Bescheid, die wissen auch, wann die virulent werden und kümmern sich rechtzeitig darum" (Schrey 2011, 146).*

Die Redakteure im Newsroom, insbesondere die CvDs, haben die Möglichkeit autonom Entscheidungen zum Beispiel über die Platzierung von Beiträgen zu treffen. Dabei ist es die originäre Aufgabe der CvD, die Wertigkeit insbesondere eigenrecherchierter Geschichten gegenüber den weiteren Mitarbeitern des Newsrooms (RvD, Nachrichten etc.) darzustellen (vgl. Wildt 2011, 122). Im Konfliktfall, ob und wenn ja wie oft und auf welchem Sendeplatz eine exklusive Recherchearbeit gesendet werden soll, muss die Redaktionsleitung entscheiden (vgl. Tiegs 2011, 166f).

## **16.2.7. Kommunikation**

### **16.2.7.1. Redaktionssitzungen – Kommunikative Informationsforen**

Wie bereits ausgeführt, verlaufen die Redaktionssitzungen beim RBB Inforadio zwar strukturiert, jedoch wenig hierarchisch ab. Sie dienen in erster

Linie dem Feststellen der Relevanz von Themen, weit weniger als Ort für konkrete Handlungsverabredungen (siehe Kapitel 16.2.1.1.).

Es ließ sich beobachten, dass sich die Vertreter der Leitungsebene flexibel im Sitzungszimmer platzierten. Möglicherweise bezog sich deswegen die kommunikative Ansprechhaltung der Konferenzteilnehmer auch nicht grundsätzlich auf die Leitungsebene, sondern richtete sich durchaus auch an die Vertreter der Entscheidungsebene. Insgesamt war der Umgangston zwar teilweise sehr engagiert, aber stets kollegial freundlich (vgl. RBB Inforadio 2010 a, 427).

Insbesondere nach einer kontroversen Diskussion (z.B. Thema Rekommunialisierung, vgl. RBB Inforadio 2010 b, 455) auf einer Stehung (siehe Kapitel 16.2.7.2.) diente die Redaktionskonferenz zur Herstellung einer (relativ) einheitlichen Redaktionsmeinung (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 459).

Es ließ sich beobachten, dass insbesondere die Vertreter der Entscheidungsebene immer wieder bei Themendiskussionen kritisch nachfragten, was allerdings nicht immer von den Kollegen goutiert wurde.

Beispiel: Auf einer Redaktionskonferenz ging es um den Beitrag über die Buchvorstellung der Eisläuferin Claudia Pechstein. Der Beitrag wurde gelobt, allerdings bemerkte ein CvD, dass die damalige Sperre der Athletin wegen des Dopingverdachtes nicht thematisiert wurde. Das Warum hätte ihn an dieser Stelle allerdings sehr interessiert. Eine Kollegin warf dem CvD vor, der Bedenkenräger der Redaktion zu sein (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 441).

Sowohl die Beobachtung als auch die Befragungen ergaben, dass besonders die Vertreter der Entscheidungsebene die Redaktionsitzungen quasi zur kollektiven Absicherung ihrer geplanten beziehungsweise bereits getroffenen Entscheidungen nutzten (vgl. Schrey 2011, 152).

*„Wenn ich sie jetzt mit einer Aufgabe betraue, die zwei oder zweieinhalb Tage Recherche erfordern – was wir von Zeit zu Zeit machen – steht er dann aber für den nächsten Tag nicht zur Verfügung. Da ich aber in der Regel nicht weiß als Aktueller, was bringt der nächste Tag, brauche ich einen Reporter, werde ich eher sagen: Lohnt sich das, lohnen sich die zweieinhalb Tage, lohnen sich die zwei Tage Recherche und werde das schon einmal nicht alleine entscheiden, sondern mit meinem CvD-Pendant. Eventuell sogar als Frage in*

*die Redaktionskonferenz geben, wollen wir uns nicht darum kümmern" (Wildt 2011, 128).*

Insgesamt zeigte sich, dass die Redaktionskonferenzen in erster Linie zur Herstellung einer möglichst einheitlichen Redaktionsmeinung dienen, indem bereits getroffene oder anstehende Entscheidungen vom Kollektiv abgesegnet werden. Allerdings werden konkrete Handlungsverabredungen dort eher selten getroffen. Ein Protokoll wird nicht geführt.

Die Kommunikationsatmosphäre war wenig hierarchisch und insofern eher locker, was aber nicht darüber hinwegtäuschen sollte, dass Kontroversen durchaus leidenschaftlich ausgetragen werden (meist in den Stehungen).

#### **16.2.7.2. Stehung – Kurz und bündig = Effektiv**

Wie bereits ausgeführt, dauern die Stehungen meist nicht länger als eine viertel Stunde. In der Zeit referieren die Beteiligten kurz und knapp, welche Themen bereits gesendet wurden und es wird besprochen, welche Themen im Laufe des Tages noch ins Programm sollen (siehe Kapitel 16.2.1.1.).

Es ließ sich beobachten, dass die Arbeitsatmosphäre zumeist sehr konzentriert war, wer zeitlich unter Druck stand, wurde vorgezogen (vg. RBB Inforadio 2010 b, 455f). Kommunikativer Bezugspunkt Aller war der ACvD (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 448).

Auf einer Stehung kam es zu einem Disput über die Relevanz eines Themas. Nach kurzer Diskussion wurde ein weiterer Austausch darüber konkret für einen späteren Zeitpunkt verabredet (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 456).

Zumindest mit den Reportern kam es nach den Stehungen zu konkreten Handlungsverabredungen (siehe Kapitel 16.2.1.1.).

#### **16.2.7.3. Planungsinsel – Kommunikativer Schmelztiegel**

Das Planungs-Team ist in dem Planungsgroßraumbüro mittig plaziert. Es besteht – wie bereits ausgeführt – aus der Regional-Planerin, der Aktuell-Planerin, der Wochen-Planerin und einem Assistenten (siehe Kapitel 16.2.1.2.). Am Kopfende des Raumes sitzt das CvD-Team mit Assistenten.

Es ließ sich beobachten, dass es in diesem Bereich zu reger Kommunikation kam. Auch wenn die Zuständigkeiten und Arbeitsbereiche klar definiert sind, so wird doch viel über Themenideen, Sendeplätze, Interviewpartner und

Abläufe gesprochen, die dann Eingang in die Stehrunden oder Sitzungen finden (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 443f). *Also, da gibt es einen informellen Austausch*" (Schrey 2011, 152). Dabei gab es besonders viel Austausch zwischen den CvDs und einzelnen Planern (vgl. ex RBB Inforadio 2010 b, 446; 463).

*„Ich koordiniere im Wesentlichen. Das ist meine Kernarbeit. Ich Sorge dafür, dass alle die Teams, die dort mitarbeiten, die zum Teil spezielle Einzelaufgaben haben, eine Sendestrecke, eine Nachrichtensendung alle 20 Minuten, bestimmte Anteile für ein Ressort, dass die gemeinsam miteinander sich ergänzen, gemeinsam arbeiten und dass keine Arbeitskraft - das ist auch eine ökonomische Aufgabe - natürlich verloren geht" (Wildt 2011, 120).*

Es ließ sich ebenfalls beobachten, dass die Planer sowohl Vorrecherchen durchführten, als auch mit den Autoren die inhaltliche Fahrriichtung von Beiträgen besprachen (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 435). Auch wird hier mit der Redaktionsleitung – quasi im Vorbeigehen - besprochen, wie die Reporter im Diensplan eingesetzt werden sollen (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 463).

Insgesamt berachtet ist der Bereich zwischen CvD-und Planungs-Team der ‚kommunikative Schmelztiegel‘ des Inforadios darstellt. Hier wird auf nicht institutionalisierter sondern auf informeller Ebene das Programm vorbestimmt. Dieser Bereich ist erkennbar geprägt von diskursiver Koordination (siehe Kapitel 7.3.), die von der Redaktionsleitung auch ausdrücklich gewünscht wird: *„Kommunikation ist gerade in so einem Laden wie unserem das A und O" (Nolting 2011, 115f).*

#### **16.2.7.4. Nahaufnahmereporter – Viel Austausch**

Im Büro der Nahaufnahmereporter arbeiteten während der Beobachtung zu meist drei Personen. Es ließ sich beobachten, dass formal jede Reporterin ihr Thema allein bearbeitete (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 438f, 442f, 444f, 453).

Alle 14 Tage gibt es ein institutionalisiertes Treffen mit dem Planungsteam.

*„Wir kommen punktuell im Team zusammen, Reporter und Redakteure und Planungschefin so alle vierzehn Tage auf unserer Reportersitzung, die ist gesetzt, wo wir uns austauschen können. Und wie gesagt, informell, wenn man den Rat sucht vom Kollegen, auch wenn es um Manuskripte geht, aber formal macht man allein" (Tiegs 2011, 179f).*

Es ließ sich beobachten, dass die Nahaufnahmereporter insbesondere zu Beginn einer Themenrecherche vermehrt miteinander kommunizieren.



Beispiel: Auf einer Reportersitzung (14-tägig; im Sitzungszimmer) wurde über das Thema ‚Prostituiertengesetz‘ debattiert. Dazu sollte eine Nahaufnahme erstellt werden. Allen Beteiligten fiel es schwer, spontan einen Zugang zu diesem Thema zu finden. Es ließ sich im Reporterzimmer dann beobachten, dass alle drei Reporterinnen zur Thematik erste Vorrecherchen durchführten, über diese Ergebnisse diskutierten und sich im weiteren Verlauf ein möglicher Themenzugang herauskristallisierte (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 444f).

Insgesamt suchen sich die Nahaufnahmereporter auf informeller Ebene je nach Bedarf ihre Gesprächspartner.

*„Mit einer Vielzahl an Kollegen, wer gerade greifbar ist. Und von Kollegen, von denen ich weiß, die sind dann für mich auch ein guter Gesprächspartner. Also häufig mein direkter Zimmergenosse, mein Kollege Thomas. Wir tauschen uns sehr viel aus. Entweder, weil wir an einem Punkt sind – sagen wir einmal – wo wir nicht weiter wissen oder, wo man überlegt, mit wem könnte ich denn noch reden, was meinst du denn für die Geschichte. Oft auch mit der Redakteurin, die für die Nahaufnahmen verantwortlich ist. Aber mal mit einem Chef vom Dienst, also da hat man immer latent ein offenes Ohr“ (Tiegs 2011, 174).*

Es wird letztlich auch seitens der Leitungs- und Entscheidungsebene darauf vertraut, dass sich die Reporterinnen rechtzeitig bei Problemen von selbst melden, ansonsten wird davon ausgegangen, dass alles funktioniert (vgl. Tiegs 2011, 174).

*„Und dann gibt es natürlich immer wieder Zwischengespräche, gerade wenn es um Reihen geht oder wenn es um diese längeren Stücke wie Nahaufnahmen geht, dann muss einfach zwischendurch gesprochen werden. Es wird dann gesagt, ich bin dann da und da an dem Punkt, mir fehlt hier noch etwas, was meinst denn du, reicht das so oder braucht man da eigentlich noch etwas. Das findet dann aber nicht in dem Sinne in Sitzungen statt, sondern das ist dann ein Verabreden zwischendurch, darauf zu warten würde ja auch viel zu lange dauern“ (Schrey 2011, 150).*

#### **16.2.7.5. Reporterbereich – Alle auf dem Sprung**

Der Bereich der weiteren Reporter ließ sich nur schwer beobachten, da es für sie mehrere mögliche Arbeitsplätze gibt. Insofern wurde der Bereich beobachtet, an dem – nach Auskunft der CvD – am häufigsten die Aktuell- und Ü-Wagenreporter arbeiten (im Souterraingeschoss unterhalb des Newsrooms).

Nach der Stehung um 8 Uhr 30 bekommen die Aktuell- und Ü-Wagen-Reporter zumeist ihre Arbeitsaufträge (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 448; 456):

*„Wenn ich aktuelle Reporterin bin, dann entscheidet man morgens gemeinsam je nach aktueller Lage, für was es sich lohnt, heraus zu gehen und worüber man berichten sollte“ (Naht 2011, 190).*

Es ließ sich beobachten, dass sie, nachdem sie ihre Aufträge erhalten haben, sozusagen ihrer Wege gehen. Kommunikation fand zwischen den Reportern nicht statt (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 456f). Die Recherchezeit war eher kurz, was darauf hindeutet, dass es sich um Alltagsrecherche handelte. Sobald sie ihre Recherchen abgeschlossen hatten, verließen die Reporter den Sender (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 452).

#### **16.2.7.6. Lobfrage – Ausgeprägte Feedback-Kultur**

Sowohl bei der teilnehmenden Beobachtung, als auch bei den Leitfadeninterviews wurde deutlich, dass es beim RBB Inforadio eine ausgeprägte Feedback-Kultur gibt.

Besonders für die Teams im Newsroom (RvD, Nachrichten, Moderatoren etc.) gibt es institutionalisierte Feedback-Runden, die zum Ziel haben, *„die Qualität der Sendung und die Zusammenarbeit im Team zu prüfen“* (RBB Inforadio, o. Datum, 468) Ein Stichwortplan strukturiert diese Runden. Die CvDs sind gehalten, regelmäßig an diesen Runden teilzunehmen (vgl. RBB Inforadio, o.Datum, 468).

Die Befragung ergab, dass die Feedback-Kultur beim Inforadio als positiv angesehen wird:

*„Wir haben hier ja auch eine, was die aktuelle Arbeit, die Strecken, auch die Ressorts und ihre Arbeit, also einzelne Gruppen betrifft, so eine Kultur von Feedback, die ich sehr gut finde“ (Wildt 2011, 127).*

*„Überhaupt empfinde ich die Feedback-Kultur oft als gut. Das Problem liegt dann eher darin, dass es vielleicht nicht bei denjenigen ankommt, die das tatsächlich gemacht haben, weil die Kommunikationsstrukturen nicht genau geklärt sind. Weil es verschiedene Verantwortliche gibt einfach. Der CvD ist dann einmal der Aktuelle, einmal der Planungs-CvD, es gibt da nicht unbedingt einen, der nur für dich zuständig ist“ (Naht 2011, 196).*

Mit der Problematik des Nichtankommens von Feedback haben zum Teil auch die Nahaufnahmereporter zu kämpfen.

*„Das kommt darauf an, wer es zufällig gehört hat. Es gibt keine geregelte Hörsituation nach dem Motto: Das ist unser wichtiges Reportageformat, das hört sich jemand regelmäßig an und gibt Rückmeldung. Sondern, wenn es*

*der Programmchef, die Chefplanerin oder andere Kollegen zufällig gehört haben und es gut fanden, dann kommt ein Feedback. Wenn nicht, dann laufen die Dinger einfach einmal so durch. Also, das ist dem Zufall überlassen. Es ballt sich zwar bei manchen Nahaufnahmen, dass dann geballt Lob kommt, also zum Beispiel von den Kollegen, die sie versendet haben, als auch von jemandem, der sie zufällig wo gehört hat. (...) Aber viele laufen auch einfach so durch, weil sie auch auf einem Sendepplatz laufen, der für das Programm nicht so wichtig ist" (Tiegs 2011, 167f).*

Damit auch die eben erwähnten Kommunikationsstrukturen innerhalb der Redaktion beleuchtet werden, finden in unregelmäßigen Abständen Feedback-Runden auf Leitungs- und Entscheidungsebene statt:

*„Jedes Sendeteam hat seine Feedback-Runde hinterher, und dann wird darüber gesprochen, oder es wird sogar im Kreise der Programmleitung und CvDs sehr grundsätzlich - das hatten wir vor kurzem erst - und auch mit Planungsredakteuren gesprochen, wie wir hier miteinander kommunizieren" (Nolting 2011, 116f).*

Es ließ sich beobachten, dass es zu Beginn jeder Redaktionssitzung eine institutionalisierte kurze Feedback-Runde gab, in der Lob und Kritik geäußert wurden. Dazu gehörte grundsätzlich die Vorstellung eines bemerkenswerten Beitrages durch den Format-CvD. Nicht selten wurde der Autor des Beitrages lobend erwähnt (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 430; 440f). Auch im weiteren Verlauf der Redaktionssitzungen wurde immer wieder die Arbeit von Kollegen gelobt (vgl. ex. RBB Inforadio 2010 b, 450).

Am Ende jeder Sendewoche gibt es eine institutionalisierte Feedback-Runde, an der nur die Vertreter der Leitungs- und Entscheidungsebene teilnehmen. Es ließ sich beobachten, dass besonders die Kommunikation innerhalb der Redaktion thematisiert wurde. Zum einen ging es schlicht um die Gesprächskultur (den guten Ton), zum anderen um die Kommunikationsstrukturen zwischen den einzelnen Teams. Darüber hinaus diente diese Sitzung im besonderen Maße zur Herstellung einer Redaktionsmeinung in Bezug auf ein Senderselbstverständnis (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 464ff).

### **16.3. Politische Einflussfaktoren**

#### **16.3.1. Senderselbstverständnis**

Wie schon zuvor für NDR Info (siehe Kapitel 15.3.1.) gilt auch hier: Für das Senderselbstverständnis des Inforadios ist die Sinnvermittlung über die Rolle und Aufgabe dieser RBB Welle von Bedeutung und in diesem Zusammenhang

das Verhältnis zur und die Möglichkeiten von Recherche. Dabei geht die Sinnvermittlung zwar in erster Linie von der Leitungsebene aus, die Parameter setzt, sie ist jedoch keine hierarchische Einbahnstraße, sondern entfaltet sich erst in ihrer Wechselwirkung zwischen den (Hierarchie-) Ebenen (siehe Kapitel 7.2.).

### **16.3.1.1. Sinnvermittlung I – Nachrichtenradio mit Hauptstadtfocus**

Innerhalb des Rundfunks Berlin-Brandenburg ist das Inforadio die Welle, „die über Berlin und Brandenburg die meisten Informationen verbreitet“ (Nolting 2011, 103).

*„Wir sind das nennenswerte Wort- und Informationsprogramm im RBB. Wir sind etwas geworden, was wir so eigentlich nicht werden sollten. Wir werden auch so gehört wie etwas, was wir nie werden sollten. Die anderen machen nur noch tralala“ (Tiegs 2011, 188).*

Dabei bedient das Programm „eine informationsorientierte Klientel komplementär zu anderen Hörfunkangeboten“ (RBB Inforadio, o.Datum, 470). Das heißt: Inforadio ist nicht als Begleitprogramm konzipiert, die Ansprechhaltung zielt demnach nicht auf Durchhörbarkeit.

Das Inforadio nimmt innerhalb des RBB eine herausgehobene Stellung ein, denn es fungiert auch als Nachrichtenverteilstation innerhalb des Hauses.

*„Wir sind der Sender mit Nachrichten, die ins Haus verteilt werden. Das ist eine ganz wichtige Funktion, die Inforadio hier innerhalb des Hauses hat. Es gibt eine Inhausagentur, die INA, wo Nachrichten aus Berlin und Brandenburg geschrieben werden und dann im Haus, also per Computer natürlich, einsehbar für jede Welle sind und nutzbar sind. Und dadurch sind wir eine ganz wichtige Schaltstelle“ (Nolting 2011, 103).*

Grundsätzlich wird als Hauptaufgabe des Inforadios die Verbreitung aktueller Nachrichten im Sendegebiet angesehen.

*„Weil wir in der Regel Informationen verbreiten wollen, die für den Moment oder für die Zeit, für die Stunde, für den Vormittag Belang haben, aber nicht für den nächsten Tag“ (Wildt 2011, 136).*

Allerdings betrachtet die Leitungsebene das Inforadio nicht als reinen Nachrichtensender, sondern als Welle, die ein ‚Mehr‘ bietet.

*„Das ‚mehr‘ ist schon, dass wir uns ziemlich viele Dinge leisten, wie zum Beispiel selbstgemachte Reportagen. Wir greifen eben nicht nur auf das ARD-Korrespondentennetz zurück, so wie es andere Informationsprogramme der ARD ja machen. Und zwar bewusst. Also, nehmen wir einmal Bayern 5 als Beispiel. Natürlich haben die auch ihre eigenen Reporter. Oder NDR Info, die haben auch ihre eigenen Geschichten. Aber wir haben deutlich mehr, wirklich*

*deutlich mehr Geschichten. Und das muss ich vielleicht auch an dieser Stelle dazufügen: Wir haben natürlich einen unglaublichen Vorteil, dass wir inmitten der Hauptstadt sitzen. Wir können jedes Thema nehmen, das bundespolitisch von Bedeutung ist und können es hier auf die Region münzen. (...) Und das ist das ‚mehr‘ (Nolting 2011, 104).*

Auch die Entscheidungsebene leitet aus der Hauptstadtlage eine herausgehobene Bedeutung, ein ‚mehr‘, ab.

*„Wir machen ja sehr viel politischen Journalismus, insofern spielen wir natürlich in der Öffentlichkeit – wir sind hier ein Inforadio in einer Hauptstadt – vielleicht ein bisschen eine andere Rolle, als wenn ich jetzt im Studio Cottbus sitzen würde. Das ist eine andere Öffentlichkeit, die ich da im Wesentlichen bediene, in dem ich für ein Landesstudio Hörfunk mache“ (Wildt 2011, 131).*

Insgesamt wird dieses ‚Mehr‘ allerdings nicht (nur) aus journalistischem Anspruch heraus geliefert, sondern dahinter steht durchaus die Intention, damit die Hörer zu binden:

*„Es ist ja nicht nur für den Hörer ein ‚mehr‘, wenn ich eine Hintergrundreportage höre, sondern ich binde damit ja auch Menschen, zu denen die Reporter hinausfahren, und je mehr hinausfahren und je intensiver sie sich mit Dingen beschäftigen, desto aufmerksamer machen wir auf uns. Es ist einfach ein Geben und Nehmen“ (Nolting 2011, 107).*

Insgesamt betrachtet wurde das RBB Inforadio als rund-um-die-Uhr sendendes Nachrichtenradio konzipiert, dass *„verlässlich alles Wichtige aus der Welt, aus Deutschland, Berlin und Brandenburg verbreitet“* (Nolting 2011, 103). Bei den Inforadio-Mitarbeitern ist man sich sehr wohl bewusst, dass insbesondere die Hauptstadtlage dem Sender sowohl RBB-intern wie auch bei der (externen) Hörerschaft eine herausgehobene Stellung verschafft. Wichtig erscheint der Redaktionsleitung, dass das Inforadio tatsächlich nicht nur als Nachrichtenradio wahrgenommen wird sondern als Informationssender, der ein ‚mehr‘ an Geschichten aus der Region, besonders natürlich aus der Hauptstadt, anbietet.

#### **16.3.1.2. Sinnvermittlung II – Wir sind keine Wühlmäuse**

Der Reporterpool beim RBB Inforadio hat grundsätzlich die Aufgabe, das aktuelle Programm mit Beiträgen zu versorgen (siehe Kapitel 16.2.5.1). Das gilt besonders für die (zumeist festen freien) Aktuell-, Planungs- und Ü-Wagen-Reporter. Mehr als Alltagsrecherche steht bei ihnen nicht zwingend im Vordergrund.

*„Meiner Erfahrung nach fängt nur die Benennung dessen, was man da tut als Recherche hier sehr früh an. Hier wird schon als Recherche bezeichnet, wenn man sich zwei, drei – das ist jetzt ein bisschen despektierlich – wenn man sich einliest in die normalen Medien, dann ist das schon ... Es ist ja auch tatsächlich Teil der Recherche, aber eben keine allumfassende“ (Naht 2011, 192).*

Anders sieht es bei den zwei festangestellten Nahaufnahmereportern aus. Von ihnen erwartet die Redaktionsleitung durchaus anspruchsvolle(re) Recherchen.

*„Recherche ist wichtig, aber wir können nur einen Teil der Mitarbeiter - und da muss ich jetzt einmal sagen einen Bruchteil der Mitarbeiter - mit langfristigen, wenn Du langfristig meinst, Recherchen beschäftigen. Und das sind die Mitarbeiter, von denen ich eben sprach, die festangestellten Reporter, die eben auch mit Nahaufnahmen beschäftigt sind. Das sind die, die richtig in die Tiefenrecherche gehen können. Das können wir uns sonst auch nicht leisten. (...) So ein Informationsprogramm, wie wir es sind, wir leisten uns schon Recherche, aber es ist nicht unser oberstes Ziel. Das kann es auch gar nicht sein“ (Nolting 2011, 109).*

Die Nahaufnahmereporter als Teil des Reporterpools sind demnach nicht mit dem Ziel institutionalisiert worden, zwingend profunde Rechercheleistungen (also auch investigative Recherchen) zu liefern. Dagegen spricht schon deren definierter Output.

*„Aber um es auch noch einmal zu sagen, wir sind ja auch nicht die ganze Zeit die Wühlmäuse. Das klingt für immer so, als müssten wir die supergeile Geschichte entdecken, den Anspruch haben wir auch gar nicht, ehrlich gesagt. Das können wir auch überhaupt nicht leisten, das wollen wir auch gar nicht leisten“ (Nolting 2011, 117).*

*„Was wir nicht haben, sind die konfrontativen Interviews, wir haben wenig investigativen Journalismus“ (Wildt 2011, 140f).*

Vermittelt wird von der Redaktionsleitung sowohl intern an die Mitarbeiter als auch extern an die Hörer, dass der Programmauftrag des RBB Inforadios „Nachrichten mit Hintergrund“ (RBB Inforadio o. Datum, 373) lautet.

*„Ich fand immer gut den Claim, den das Inforadio schon ganz lange hatte: Nachrichten mit Hintergrund. Das sind drei Worte, die wirklich einen Programmauftrag geben, der ganz klar definiert ist für unser Radio, der sich absetzt von anderen Programmen. (...) Weil, es liefert auch den Zusammenhang, es ist nicht einfach nur draufgesattelt. Es sind nicht Nachrichten und Hintergrund. Das gibt es ja. Sondern es sind Nachrichten mit Hintergrund“ (Wildt 2011, 132).*

Es ließ sich weder bei der Beobachtung noch bei den Befragungen erkennen, dass die Redaktionsleitung oder Vertreter der Entscheidungs- und Operationsebene das RBB Inforadio als Recherchesender begreifen.

*„Es wird nie vermittelt, dass wir der große investigative Recherchesender sind. Ich glaube, wir kommunizieren ziemlich gut, in welchem Rahmen wir uns bewegen. Insofern bin ich da auch total einverstanden. Ich weiß, man kann sicherlich mehr machen, wenn man mehr Geld hat, aber solange man nicht etwas anderes vorgaukelt als das, was tatsächlich stattfindet, finde ich das vollkommen in Ordnung“ (Naht 2011, 203).*

Insgesamt zeigte sich, dass die Redaktionsleitung vom RBB Inforadio durchaus soviel Rechercheleistungen von den Reportern erwartet, um ‚Nachrichten mit Hintergrund‘ liefern zu können, dabei muss allerdings stets das Verhältnis von Aufwand und Nutzen im Auge behalten werden. Von den Nahaufnahmereportern werden zwar anspruchsvolle(re) Recherchen erwartet, allerdings keine exklusiven Recherche geschichten. Es wird weder intern noch extern suggeriert, dass der (Recherche-) Anspruch des Inforadios höher liegt.

### **16.3.1.3. Renommee – Infosender mit guten Hörerkontakten**

Die Institutionalisierung der Nahaufnahmereporter ist eine Investition vom Inforadio, die sich nach Ansicht der Redaktionsleitung gelohnt hat, was „unter anderem an der MA“ (Nolting 2011, 107) ablesbar ist.

*„Hier leben die Leute, hier arbeiten sie, hier lieben sie, hier haben sie ihre Familie, und das interessiert sie dann auch am meisten, was hier in der Region passiert, beziehungsweise - und das ist die andere Seite – große Politik, deutsche Politik wirkt sich auf die Leute aus, die Entscheidungen, die Minister, Kabinette treffen müssen dann natürlich auch von den Leuten getragen werden oder ausgehalten und gelebt werden, und wo soll man das besser bebildern, als in der Region, weil, zu den Menschen haben wir Kontakt, die kennen uns und reden mit uns“ (Schrey 2011, 144).*

Dieser Kontakt mit den Hörern wird sehr ernst genommen, es wird versucht deren Anregungen aufzugreifen.

*„Ich lese sehr intensiv das, was unsere Hörer uns schreiben, wo versteckt solche Anregungen drin sind, manchmal auch ganz offen solche Anregungen drin sind. Man merkt ganz einfach, je mehr die uns auch als ihre Fläche sehen und da mal was – neudeutsch würde man sagen: da mal etwas posten können – hinterlassen können und anregen können, desto besser - finde ich – können wir auch unsere Aufgabe erfüllen“ (Wildt 2011, 125).*

Letztlich geht es darum, ein Vertrauensverhältnis zu Inforadio aufzubauen. Es ließ sich beobachten, dass sich die Nahaufnahmereporter über ein vertrauliches Hintergrundgespräch mit einem Institutionenvertreter unterhielten,

dem zugesagt wurde, eine mögliche aktuelle Berichterstattung mit seinen vertraulichen Informationen zurückzuhalten. Sie sollten vielmehr als Hintergrundwissen für eine anstehende Pressekonferenz seiner Institution dienen (RBB Inforadio 2010 b, 445).<sup>76</sup>

### **16.3.2. Rollenselbstverständnis**

Bei den Leitfadeninterviews wurde ohne Umschweife zum einen nach dem Wert des Journalismus für eine demokratische Gesellschaft und zum anderen nach dem persönlichen Rollenselbstverständnis gefragt. Wie bei NDR Info kamen auch beim RBB Inforadio die Antworten bei allen Interviewpartnern durchaus leicht zögerlich. Das legt zum einen die Vermutung nahe, dass die Befragten sich eher selten reflektierend mit ihrer Rolle als Journalist auseinandersetzen, zum anderen besteht hier Anlass zur Vermutung, dass die Antworten im Sinne einer sozialen Erwünschtheit formuliert wurden (siehe Kapitel 14.3.2.), was bei der Interpretation berücksichtigt werden muss.

Bei der hier folgenden Ergebnisdarstellung wird deutlich, dass sich – wie aus der einschlägigen Literatur bekannt – bei dem Rollenselbstverständnis der Befragten keine Entweder-oder-Kategorien herausarbeiten lassen, sondern eher eine pluralistische Struktur erkennbar wird (vgl. Weischenberg 1995, 438ff; Scholl, Weischenberg 1998, 157ff; Loosen, Scholl 2011, 113ff). Es wird dennoch versucht, die Aussagen sinnvoll zu gliedern.

#### **16.3.2.1. Haltung I – Information nicht ohne Interpretation**

Insgesamt ergaben die Leitfadeninterviews, dass sich die Befragten ihrem Selbstverständnis nach zwar durchaus als informierende Vermittler begreifen, allerdings mit deutlicher Tendenz zum interpretativen Journalismus.<sup>77</sup>

*„Und ich glaube schon, dass es mein Verständnis ist, auf Dinge aufmerksam zu machen, Dinge zu hinterfragen, das ist ganz wichtig, und Dinge einzuordnen. Und es ist eigentlich auch ein großes Ziel“ (Nolting 2011, 112).*

*„Wir liefern zudem, was wichtig ist, was unsere primäre Aufgabe ist, in der zweiten Aufgabe das, was man mit dazu braucht, um es zu verstehen“ (Wildt 2011, 132).*

---

<sup>76</sup> Die Vertraulichkeit dieses Gesprächs wurde explizit insbesondere mit Blick auf den Forscher für alle im Raum benannt. Insofern wurde nur die Tatsache dieses Gesprächs protokolliert und keinerlei Inhalte oder Namen.

<sup>77</sup> Um eine verständliche Abgrenzung zu ermöglichen, wird hier – wie schon in Kapitel 15.3.2.1. – Weischenbergs Modell der fünf Berichterstattungsmuster gefolgt. Danach fällt die Rolle des informierenden Vermittlers in die Kategorie des Informationsjournalismus, die Rolle des meinungsbildenden Erklärers in die Kategorie des interpretativen Journalismus (vgl. Weischenberg 1995, 112 ff).



*„Es gab einmal einen Slogan, den fand ich wunderbar, weil er es in zwei Worten zusammengefasst hat: Zusammenhänge erkennen. Das ist eigentlich das, was mir wichtig ist. Was passiert hier in dieser Gesellschaft, was diskutiert wer, wie, warum und was hat das miteinander zu tun. Das herauszufinden und auch immer wieder neu zu entdecken, warum sagt der das und was ist eigentlich das, was dahinter steckt. Das ist interessant und wichtig auch zu vermitteln“ (Schrey 2011, 154f).*

*„Ich sehe mich als jemanden, der Vorgänge, Ereignisse, Geschichten in unserer Region aufgreift, erzählt und versucht dabei, sich nicht zum Objekt von Interessen machen zu lassen, (...). Mein oberstes Ziel als Reporter ist nicht, loszuziehen und etwas herauszufinden, was vor mir noch keiner gefunden hat, sondern mein Ziel ist, Phänomene abzubilden, Schlaglichter darauf zu werfen nach dem Motto: das passiert gerade in dieser Stadt oder das ist eine Geschichte hinter einer Meldung. Jetzt lassen wir einmal Leute zu Wort kommen, die sich damit rumschlagen oder die damit Erfahrung gesammelt haben“ (Tiegs 2011, 181).*

*„Also ich bin nicht diejenige, die nur informieren will, ich bin auch nicht diejenige, die nur unterhalten will, und ich bin auch nicht die pure Anwältin der Armen und Vernachlässigten. Mein Verständnis ist von allem ein bisschen“ (Naht 2011, 202).*

Bei den Befragungen wurde deutlich, dass zwar der klassische Siebziger-Jahre-Meinungsjournalismus (vgl. Naht 2011, 205) abgelehnt wird, Meinungsbildung im Programm aber eine durchaus bedeutende Rolle spielt und auch insofern der interpretative Journalismus deutlich erkennbar ist.

*„Wir haben relativ viel Meinung im Programm durch Gesprächspartner, aber auch durch Journalisten. Die ist deutlich ausgewiesen, die ist zu festen Zeitpunkten, die Redezeit, die oft genug ein Pro und Contra ist, morgens. Wir haben am Nachmittag einen Zwischenruf, einen pointierten Kommentar, den wir auch so bestellen und in der Regel auch bekommen, dass es nicht ein analytischer einerseits-andererseits-Kommentar ist, sondern wo ganz klar eine Meinung forciert wird. Wir haben unsere Kolumnen. Also ehrlich gesagt, ich sehe das als feste Struktur, dass Meinung bei uns auftaucht und die Menschen dort herausfordert“ (Wildt 2011, 141f).*

Insgesamt betrachtet ist das Rollenselbstverständnis der Befragten vom RBB Inforadio zwar durchaus geprägt ist vom klassischen Informationsjournalismus, allerdings mit sehr deutlicher Tendenz zum interpretativen Journalismus, der neben den Fakten auch die Zusammenhänge erkennbar machen will (vgl. Weischenberg 1995, 115). Der ehemalige Inforadio-Slogan ‚Zusammenhänge erkennen‘ hat demnach als strategische Sinnvermittlung der Redaktionsleitung (siehe Kapitel 7.2.) nachhaltig das Rollenselbstverständnis der Befragten (mit) geprägt.

### **16.3.2.2. Haltung II – Kontrollfunktion mittelbar durch Information**

Es wurde bei den Befragungen deutlich, dass beim RBB Inforadio sowohl auf der Leitungs- als auch Entscheidungs- und Operationsebene die Haltung vorherrscht, dass der Journalismus grundsätzlich eine Kritik- und Kontrollfunktion hat. Diese Funktion wird beim Inforadio nach Ansicht der Befragten mittelbar durch ihren Informationsjournalismus umgesetzt, der die Hörer überhaupt erst in die Lage versetzt, sich eine eigene (kritische) Meinung bilden zu können.

*„Kontrolle, das kann keiner. Das würde ich glattweg abstreiten. Das wäre ja wunderbar. Aber den Finger auf Wunden legen und auf bestimmte Dinge die Bevölkerung aufmerksam zu machen, das auf jeden Fall. Dazu sind wir da. Das ist im Prinzip mit der Kontrollfunktion gemeint“ (Nolting 2011, 113).*

*„Wir sind die Wächter, die sich aber auch in der Pflicht sehen, etwas verständlich zu machen, etwas nachvollziehbar zu machen. Und da sehe ich in der Tat meine Hauptaufgabe (...) zu sagen, das ist wichtig, weil, das hat für die Hörer folgende Konsequenz, das hat für dich folgenden Belang. Dadurch kontrollieren wir schon, weil wir unsere Maßstäbe dort nicht unmittelbar an politischen Programmen ausrichten“ (Wildt 2011, 132).*

*„Letztlich mache ich das für jemanden, nämlich für die Leute, die das hören, die das lesen, die das angucken. Das habe ich schon auch noch im Blick, dass sie die Möglichkeit haben, sich über möglichst viel informieren zu können. Das ist natürlich auch unter dem Strich die Kontrolle der Entscheider“ (Schrey 2011, 156).*

*„In der Funktion des Reporters kann ich diese Kontrollfunktion nur sehr eingeschränkt ausüben, weil ich den Reporter eher als Berichterstatter sehe. Gelegentlich, wenn ich - was wir ja auch machen - ins Studio gehe und sogenannte Teasing-Gespräche führe (..) da fließt dann schon eher diese Funktion ein, wenn es um ein Thema geht, wo es um Missstände geht. In der Nahaufnahme, in der Reportage kommt das nicht zum Zuge“ (Tiegs 2011, 182).*

*„So ein bisschen begreife ich mich vielleicht als Gegenpart zur Bildzeitung, zu versuchen, die Leute in die Lage zu versetzen, dass sie sich eine eigene Meinung bilden können, das ist tatsächlich so mein hehres Ziel, was hinter allem steckt“ (Naht 2011, 202).*

Insgesamt zielten die Antworten der Befragten darauf, das Inforadio weder in seinem Auftrag noch in seinem Programm zu überhöhen.

*„Das sind so große Worte, man muss die Öffentlichkeit aufklären, man muss etwas aufdecken - ja klar, natürlich muss man das alles. Aber man soll sich auch nicht größer machen, als man ist. (...) Das kriegt immer gleich etwas von wir-stehen-über-allem. (Pause) Natürlich machen wir das, natürlich versuchen wir das auch, klar“ (Nolting 2011, 113).*

Insgesamt zeigte sich, dass die Kritik- und Kontrollfunktion des Journalismus nicht als Hauptaufgabe sondern nur als mittelbare Funktion betrachtet wird. Mit dieser Haltung liegen die Befragten in Deutschland durchaus im Trend (vgl. Weischenberg, Malik, Scholl 2006, 106f).

### **16.3.2.3. Haltung III – Information darf auch unterhalten**

Bei den Leitfadeninterviews kristallisierte sich heraus, dass die Befragten nicht grundsätzlich eine unterhaltende Anmutung zum Beispiel von Beiträgen für ein Informationsprogramm ablehnen, sondern durchaus wertschätzen.

*„Ich möchte etwas Authentisches zu Gehör bekommen, (...). Es hat auch eine sinnliche Komponente, auch bei uns in einem Informationsprogramm. (...) Aber ich würde schon betonen, im Radio speziell, diesen sinnlichen Faktor“ (Wildt 2011, 134f).*

*„Sicher ist es erklärend, aber im Sinne von: Guck, es hat nicht nur die Facette, sondern auch die und die. Aber natürlich geht es auch darum, sich eine Meinung bilden zu können oder dass sie sich auch dazu äußern sollen zu dem, was passiert. (...) Und Unterhaltung ist es natürlich auch, klar. (...) Gute und intelligente Unterhaltung finde ich auch etwas Tolles. Aber das ist nur ein Teil, das ist Radio“ (Schrey 2011, 154).*

*„Und ich möchte auch ganz gerne, dass die Leute mir gerne zuhören, dass (...) man vielleicht an der einen oder anderen Stelle schmunzelt, vielleicht einem auch einmal die eine oder andere Träne ins Auge steigt, dass da Emotionen entstehen und so die Information auch ankommt bei den Menschen. Wenn ich selber Radio höre, dann finde ich solche Beiträge auch am besten, wenn ich das Gefühl habe, ich kann eine Verbindung dazu kriegen und sie unterhalten mich auch auf die eine oder andere Art und Weise“ (Naht 2011, 202f).*

Es steht demnach beim RBB Inforadio nicht die puristische Nachrichtenvermittlung im Vordergrund, sondern die verständliche Aufbereitung von Informationen, auch – im Rahmen - mit Hilfe unterhaltender Stilelemente.

### **16.3.3. Öffentlich-rechtlicher Auftrag**

Wie bereits ausgeführt, basiert die besondere Stellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im deutschen Mediensystem auf seinem gesellschaftspolitisch formulierten und verfassungsrechtlich garantierten Auftrag (siehe Kapitel 4).

Wie schon bei NDR Info wurde auch beim RBB Inforadio deutlich, dass niemand der Interviewpartner diesen öffentlich-rechtlichen Auftrag für unbedeutend hält oder ihn gar negiert, im Gegenteil.

*„Das machen Private so nicht. Das muss man einmal ganz klar sagen. (...) Ich würde niemals bei den Privaten arbeiten“ (Nolting 2011, 114).*

*„Der ist von großem Belang, weil, im Prinzip verstehe ich auch meinen persönlichen Auftrag als Journalistin genau in dem Rahmen. (...) Ich glaube, unser Sender ist quasi der Prototyp des öffentlich-rechtlichen Auftrages, was die Aufklärung und Bildung sozusagen der Bevölkerung angeht. Insofern passe ich sehr gut hinein“ (Naht 2011, 203).*

*„Das war auch ein Grund, warum ich zum Öffentlich-rechtlichen Rundfunk gegangen bin, damals. Niemals wäre ich zu den Privaten gegangen, weil in der Tat für Recherche man auch die Möglichkeiten haben muss. Heute sehe ich das vielleicht etwas anders“ (Schrey 2011, 155).*

Vor diesem Hintergrund und vor der Tatsache, dass alle Befragten beim Thema öffentlich-rechtlicher Auftrag ohne Zögern antworteten, wird angenommen, dass die Haltung der Befragten zum öffentlich-rechtlichen Auftrag auf grundlegenden Überzeugungen basiert (siehe Kapitel 7.1.).

#### **16.3.3.1. Haltung I – Auftrag verpflichtet zu Qualitätsjournalismus**

Bei der Befragung wurde deutlich, dass der öffentlich-rechtliche Auftrag auf der einen Seite tatsächlich als Aufforderung verstanden wird, Qualitätsjournalismus herzustellen.

*„ (...) Öffentlich-rechtlich ist für mich die Verpflichtung, guten Journalismus zu machen“ (Tiegs 2011, 183).*

*„Wir fühlen uns natürlich dem verpflichtet, was ein öffentlich-rechtlicher Sender zu tun hat in unserem Gebiet. Der hat noch ein paar mehr Aufgaben als zu informieren. (...) Es gibt journalistische Regeln, es gibt Regeln ganz schlicht der Würde, des Persönlichkeitsschutzes, die wir selbstverständlich einhalten müssen. (...) Wenn wir unsere Aufgabe nicht anständig erledigen, werden wir sowohl durch die Medienöffentlichkeit als auch durch die Politik, als auch durch Aufsichtsgremien früher oder später das zurückbekommen, daher erfüllen wir das in einer Weise, die gut ist“ (Wildt 2011, 133).*

Auf der anderen Seite steht die Überzeugung, dass gerade dieser öffentlich-rechtliche Auftrag ihnen die Möglichkeit eröffnet, sich um gesellschaftlich relevante Themen kümmern zu können.

*„Weil ich Öffentlich-rechtlich immer noch sehe als jemand, der beispielsweise bei den ganzen Sozialthemen, die wir abbilden, nicht gegen Geld bestimmte Aussagen sich erkaufte und wir öfter einmal mit Gesprächspartnern ein bisschen ringen müssen, die schlechte Erfahrungen mit Medien gemacht haben, (...) dass wir seriös auftreten, ich sage einmal, sensibel auftreten bei sensiblen Themen und uns Mühe geben, eben die Dinge so abzubilden, wie sie wirklich realistisch sind“ (Tiegs 2011, 182)*

Hinzu kommt, dass die Quote zwar nicht negiert wird, sie aber auch nicht wie ein Damoklesschwert über sämtlichen Entscheidungen schwebt.

*„Ja es ist natürlich ein enormer Vorteil zu sagen, wir diskutieren ohne die tägliche, womöglich stündliche, Quote als unseren Kernmaßstab“ (Wildt 2011, 134).*

Insgesamt wird der Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für eine demokratische Gesellschaft deutlich anerkannt.

*„Ich habe immer das Gefühl gehabt – deshalb habe ich auch diesen Beruf gewählt – dass die Beobachtung nicht nur eine Beobachtung ist, und die laut auszusprechen zu demokratischen Gesellschaften wie selbstverständlich dazugehört und auch eine kontrollierende Funktion erfüllt. (...) Es gibt keine Demokratie ohne Diskurs. Da, wo es keinen Diskurs gibt, leidet die Demokratie Schaden“ (Wildt 2011, 133).*

*„Ich möchte Leuten schon Ecken der Welt zeigen, in die sie vielleicht sonst nicht so genau gucken würden (...), um ihnen die Möglichkeit zu geben – und da kommt tatsächlich wieder das Aufklärerische ins Spiel – möglichst gut informiert ihre Entscheidung zu treffen und damit einen Beitrag zu leisten zur demokratischen Meinungsfindung“ (Naht 2011, 190).*

### **16.3.3.2. Haltung II – Unbehagen vor Konvergenz**

Auch wenn der öffentlich-rechtliche Auftrag bei den Befragten wohl gelitten ist, wird dessen Umsetzung durchaus kritisch gesehen. Allerdings richtet sich die Kritik in erster Linie an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Allgemeinen.

*„Natürlich wünscht man sich einen frechen, einen offenen, einen zornigen, einen fordernden Journalismus. Und woher soll der kommen, wenn nicht auch aus dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Das ist ja gar keine Frage. Und warum identifiziert man uns jetzt – vielleicht auch den RBB oder das Inforadio – eigentlich nicht damit. Vielleicht liegt der noch ein bisschen begraben in der Medienentwicklung der letzten zwanzig Jahre, wo der Öffentlich-rechtliche lange Zeit im Rückwärtsgang war“ (Wildt 2011, 140).*

Mit dem Begriff ‚Rückwärtsgang‘ dürfte die Konvergenz zu den privaten Medien gemeint sein. Ein Trend, der sowohl auf der Entscheidungs- als auch auf der Operationsebene deutlich kritisiert wurde.

*„Ja, man muss aufpassen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss aufpassen, dass er sich nicht hinunterziehen lässt auf das Niveau der Privaten. Durch weniger Geld und weniger Anspruch. Denn wir unterscheiden uns an manchen Stellen leider nicht von dem, was die Privaten machen, denen man es eben immer nachgesagt hat: Naja, denen ist das nicht so wichtig, die geben dafür nicht so viel Geld her, legen nicht so viel Wert auf Informationen, grundlegende Recherche. Das vermisse ich im Öffentlich-rechtlichen Rundfunk gelegentlich auch, und da muss man stark aufpassen, dass das nicht*

*überhandnimmt, und an einigen Stellen sehe ich es auch schon so, dass es schon – naja – den Bach hinunter geht“ (Tiegs 2011, 188f).*

Auf der anderen Seite stellt sich die Frage, ob denn Qualitätsjournalismus überhaupt vom Publikum goutiert wird.

*„So etwas wie Report – damals – ich rede jetzt nicht von den Magazinen heute – war so ein Alleinstellungsmerkmal. Die haben da wirklich ganz viel hinter die Kulissen geguckt, versucht zu recherchieren, wie sind Verträge zustande gekommen etc. (...) Die Frage ist aber: Wollen die Leute das wirklich sehen? Wollen sie das denn hören, oder interessieren sie sich mehr für Dschungelcamp und Spielchen? – Will man wirklich im öffentlich-Rechtlichen mit diesen Themen bedient werden, oder holt man sich dafür lieber eine Zeitung? Ich weiß es nicht“ (Schrey 2011, 162).*

Deutlich wurde bei den Befragungen, dass, trotz der Kritik am öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der journalistische Stellenwert des RBB Inforadios nicht gering geschätzt wird.

*„Von unseren Quoten her, von unseren Abrufen her, (...) bräuchten wir uns gar keine Sorgen zu machen. (...) Wir haben in der Tat auf der Welle hier – und der gefällt mir sehr gut – einen gelassenen, aber doch kompetenten und oft insistierenden Ton. Was wir nicht haben, sind die konfrontativen Interviews, wir haben wenig investigativen Journalismus (...). Also ich glaube, wir müssen unser Licht da gar nicht unter den Scheffel stellen. Es ist nicht so wenig, was wir da zu bieten haben“ (Wildt 2011, 140f).*

## **16.4. Professionelle Einflussfaktoren**

### **16.4.1. Aus- und Fortbildung**

#### **16.4.1.1. Berufseinstieg – Meist klassisch**

Der Berufseinstieg in den Journalismus in Deutschland erfolgt zunehmend über ein Studium sowie ein Volontariat beziehungsweise über die Ausbildung an einer Journalistenschule (vgl. Weischenberg, Malik, Scholl 2006, 65ff). Das gilt auch für meisten der RBB Inforadio-Befragten (vgl. Wildt 2011, 119; Tiegs 2011, 168; Naht 2011, 193) mit einer Ausnahme: Eine Befragte kam nach sechsjähriger Tätigkeit als Krankenschwester zum Journalismus. Zunächst schrieb sie Artikel aus ihrem Fachgebiet für Zeitungen und ging dann zum Hörfunk (vgl. Schrey 2011, 143). Der Einstieg beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk verlief zumeist über den Weg der freien Mitarbeit oder über ein Praxisseminar während des Studiums.

#### **16.4.1.2. Themenkompetenz – Informelle Steckenpferde**

Bei den Befragungen und der Beobachtung wurde deutlich, dass sich die Redakteure beim RBB Inforadio im Laufe der Zeit einen Ruf für Themen erarbeiten.

*„Jetzt, wo wir jedenfalls einen kleinen festen Reporterstamm haben, kristallisiert sich schon heraus, die haben bestimmte Schwerpunkte, die wissen von bestimmten Themen ziemlich gut Bescheid, die wissen auch, wann die virulent werden und kümmern sich rechtzeitig darum“ (Schrey 2011, 146).*

Das heißt, sie berichten aus Interesse oder auf Grund der Dienstplangestaltung häufiger über ein Thema, wodurch – informell - eine gewisse fachliche Spezialisierung (siehe Kapitel 8.2.) entsteht.

Das ist zum Beispiel bei der festen freien Reporterin Dörthe Naht der Fall, die häufig Nahaufnahmen aus dem Themenbereich des Rechtsradikalismus angefertigt hat (vgl. Naht 2011, 198). Es ließ sich beobachten, dass sie auf Redaktionssitzungen für dieses Thema als gesetzt gilt (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 429; 432). Die festangestellte Reporterin Sylvia Tiegs hat sich sehr mit dem Thema Sicherungsverwahrung beschäftigt und wird dazu in sogenannten Teasing-Gesprächen nach ihrer Einschätzung befragt, gilt demnach als Expertin in diesem Themengebiet (vgl. Tiegs 2011, 182).

Allerdings werden die Reporter in der Regel nicht für ein Thema von ihren sonstigen Dienstplanaufgaben entbunden.

*„Mit der Schwerpunktbildung ist es aber so ein bisschen problematisch bei Inforadio, weil man nicht unbedingt nach Schwerpunkten eingesetzt wird, sondern nach Dienstplan. Trotzdem gibt es solche Strukturen, und wenn so ein Thema aufkommt, dann teilt die Redaktion mich vielleicht eher in so eine Planungsreporterschicht, weil sie sehen, dass ich im Dienstplan bin, wenn sie sehen, dass so ein Thema ansteht“ (Naht 2011, 198).*

Das heißt, dass sie ihr thematisches „Steckenpferd“ (Schrey 2011, 145) quasi außerhalb ihrer Dienstplanaufgaben pflegen müssen.

Am Rande der Beobachtung beklagte eine Reporterin, da sie nicht langfristig in die Thematik ‚Bildung‘ eingearbeitet ist, würde es sie sehr viel Recherchezeit kosten, um überhaupt einen groben Überblick zu bekommen. Solche Strukturen führten letztlich zu Mehrfach-Recherchen, die insgesamt keinen größeren Erkenntnisgewinn brächten (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 438).

Insgesamt zeigte sich, dass sich einige Reporter beim RBB Inforadio auf Grund vermehrter Berichterstattung eine gewisse fachliche Spezialisierung aneignen, insgesamt bleiben ihre Möglichkeiten zur „Selbstqualifizierung“ (Lublinski 2004, 49) aber eher gering, da sie dafür kein Zeitbudget zur Verfügung haben. Insofern lässt sich zwar auch hier von „informellen Karrieren“ (Kastl 1994, 199) sprechen, allerdings in eher abgeschwächter Form: Weniger im Sinne eines Journalisten mit Expertenwissen und Insiderkenntnissen als vielmehr im Sinne eines Journalisten mit einem guten Ruf für ein Themengebiet.

#### **16.4.1.3. Fachkompetenz Recherche – Learning by doing**

Die Befragungen haben ergeben, dass die journalistische Tätigkeit des Recherchierens außerhalb der Ausbildung - zum Beispiel an einer Journalistenschule (vgl. Tiegs 2011, 168; Naht 2011, 193) in der Regel nicht systematisch erlernt wurde sondern vielmehr durch ‚Learning by doing‘.

*„By doing. Da ich keine Volontärausbildung absolviert habe, habe ich das in der Tat so lernen müssen und auch gerne gelernt, allerdings auch mit sehr viel Formen. Also, ich habe auch längere Recherchen gemacht und für sehr unterschiedliche Sendungen gearbeitet, unterschiedliche Programme, die unterschiedliche Rechercheanforderungen hatten bis hin zu Features, wo man auch technische Recherche leisten muss“ (Wildt 2011, 123).*

*„Nicht im Sinne, dass ich Rechercheseminare besucht habe oder auf Universitäten war, wo man mir das beigebracht hätte, sondern ich habe das gelernt dadurch, dass ich bei der Zeitung gearbeitet habe, wo das Recherchieren wahnsinnig wichtig ist, weil, es steht da“ (Schrey 2011, 148).*

#### **16.4.1.4. Weiterqualifizierung – Eine schöne Idee**

Die Befragung ergab, dass es (derzeit) beim RBB Inforadio keine Weiterqualifizierungsmaßnahmen im Bereich der journalistischen Recherche gibt (vgl. Nolting 2011, 109; Tiegs 2011, 168f; Naht 2011, 194). Allerdings wurde die Idee, Rechercheseminare anzubieten, durchaus begrüßt (vgl. Nolting 2011, 109). Auch hieß es, dass der Wunsch nach einer Recherche-Schulung seitens der Redaktionsleitung wohl kaum abschlägig beschieden würde.

*„Nein, es ist mir selbst überlassen, mich in den einschlägigen Fortbildungseinrichtungen umzugucken, ob es da etwas für mich gibt. Wenn ich das beantragen würde als Festangestellte, würde mir das niemand verwehren, sondern man würde wahrscheinlich positiv auffallen. Aber ich habe es nicht gesucht und es wurde mir auch nie nahe gelegt“ (Tiegs 2011, 169).*



## **16.4.2. Recherchekompetenz**

### **16.4.2.1. Rechercheanspruch – Viel Graubrot**

Es wurden alle Interviewpartner gefragt, was ihrer Meinung nach eine gute Recherche ist. Der Begriff Meinung wurde gewählt, weil es hier weniger um eine grundlegende Überzeugung ging, als vielmehr um eine einfache Verortung beziehungsweise durchaus eine unbeständigere Einstellung zur Recherche im Allgemeinen und darauf Bezug nehmend auch der eigenen Recherche (siehe Kapitel 14.4.1.).

Insgesamt ergaben die Befragungen, dass im Sinne der hier verwendeten Kategorie Recherche-Dimension (siehe Kapitel 6.2.) alle Recherchen beim RBB Inforadio in Art und Umfang zunächst den Anforderungen der ‚einfachen Recherche‘ (siehe Kapitel 6.3.) genügen müssen.

*„Ja, ganz simpel die Frage: Was sagt die andere Seite. Das ist natürlich nicht nur ein ganz simpler Reflex, sondern wer ist eigentlich die andere Seite? Gibt es zwei Seiten? Oder gibt es mehr Seiten? In Konflikten ist es häufig so, dass es noch viel mehr Seiten gibt. Also diese simple Frage, was sagt die andere Seite, ist Grundsatz“ (Wildt 2011, 126).*

*„Eine gute Recherche zeichnet aus, dass sie ausgewogen ist, das man versucht, alle Beteiligten mit vorkommen zu lassen. Dass man sich selbst so ein bisschen (...) zum Fachmann in diesem Gebiet macht. (...) Insofern sind es, glaube ich, im Grunde genommen Ausgewogenheit und ein profunder Wissensvorsprung vor den Hörern“ (Naht 2011, 204).*

*„Also, es gibt das Mindestmaß: Ich will auf jeden Fall immer die andere Seite hören. (...) Und oftmals – finde ich, jedenfalls aus eigener Erfahrung – wenn man das gemacht hat, ergeben sich dann meistens noch drei, vier Fragezeichen, denen man nachgehen muss. Weil der eine oder der andere aus polemischer Sicht argumentiert und man nachgucken muss, was steckt jetzt genau dahinter“ (Schrey 2011, 149f).*

Dieser Anspruch an Ausgewogenheit in der Recherche korrespondiert mit dem Output (siehe Kapitel 16.2.5.1.), der von den Reportern erwartet wird.

*„Das ist eine klassische Form. Wir recherchieren einen Tag und machen einen Beitrag fertig, der kann auch in verschiedenen Formen kommen“ (Wildt 2011, 121)*

Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass sich die formulierten Ansprüche an die Rechercheleistung der Reporter im Rahmen des strukturell Machbaren bewegen, also sich – bis auf einige Ausnahmen – in einem klar

definierten Zeitaufwand-Nutzen-Verhältnis (max. eine Woche) bewegen müssen (siehe Kapitel 16.2.5.2.).

*„So ein Informationsprogramm, wie wir es sind, wir leisten uns schon Recherche, aber es ist nicht unser oberstes Ziel. Das kann es auch gar nicht sein“ (Nolting 2011, 109).*

*„Punktuell haben wir die Möglichkeit für Recherche, auch für unsere Ziele und Zwecke ausreichend, aber nicht in der Breite“ (Wildt 2011, 121).*

*„Es ist eben nicht die Reportage des Tages Hammer-Wahnsinn. Es ist eben auch ein bisschen Graubrot, was da zwischendurch einmal läuft, und so betrachten wir das selbst ein bisschen. Also, wir gucken, der Thomas und ich vor allem, dass wir so eine Mischung halten aus aufwendigeren Geschichten und schnell zu machenden Geschichten“ (Tiegs 2011, 179).*

Diese aufwendigen Geschichten, von denen soeben die Rede war, gibt es punktuell beim RBB Inforadio (siehe Kapitel 16.2.4.1.). Verortet werden können sie - im Sinne der hier verwendeten Kategorie Recherche-Dimension - in der Regel als anspruchsvolle Recherche, in seltenen Ausnahmefällen auch als profunde Recherche (Thema: Fluglärm/Flugrouten; vgl. Wildt 2011, 129f; Schrey 2011, 146f). Allerdings werden profunde Recherchen im Grunde weder von der Leitungs- noch von der Entscheidungs- und Operationsebene erwartet.

*„Aber um es auch noch einmal zu sagen, wir sind ja auch nicht die ganze Zeit die Wühlmäuse. Das klingt für immer so, als müssten wir die supergeile Geschichte entdecken, den Anspruch haben wir auch gar nicht, ehrlich gesagt. Das können wir auch überhaupt nicht leisten, das wollen wir auch gar nicht leisten“ (Nolting 2011, 117).*

*„Mein oberstes Ziel als Reporter ist nicht, loszuziehen und etwas herauszufinden, was vor mir noch keiner gefunden hat, sondern mein Ziel ist, Phänomene abzubilden“ (Tiegs 2011, 181).*

*„Qualitativ, da wo große Recherchen angelegt werden, werden die, glaube ich, sehr redlich und nach gutem Wissen und Gewissen gemacht. Ich glaube, der Hörer weiß ziemlich genau, woran er ist. Es wird nie vermittelt, dass wir der große investigative Recherchesender sind. Ich glaube, wir kommunizieren ziemlich gut, in welchem Rahmen wir uns bewegen“ (Naht 2011, 203).*

Es ließ sich an der Planungsinsel beobachten, dass einige Planerinnen im Laufe der Zeit profunde Kenntnisse über Gesprächspartner gesammelt haben (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 435f; 443f). Insofern ist (mindestens tendenziell) die Interviewpartner-Recherche beim RBB Inforadio im Bereich der anspruchsvollen Recherche anzusiedeln.

*„Also, wir sind stark in der Recherche von Gesprächspartnern, Institutionen. Wir haben einen hohen Verschleiß und Bedarf an Interviewpartnern, Gesprächspartnern auf allen möglichen Ebenen. Und da muss ich sagen, bin ich in den letzten Jahren positiv überrascht davon, wie groß unsere Datenbank geworden ist an wirklich fähigen Leuten. Wo es selten geworden ist, dass wir immer denselben nehmen zu irgendeinem Thema, oder immer denselben politischen Amtsträger, davon sind wir weggekommen. Sondern, wie viele fähige Leute wir in den letzten Jahren herangeholt haben und das ist eben auch Recherche, man muss erst einmal finden, wo sitzt denn einer – und bei Telefoninterviews ist es ja auch egal, ob der in Berlin oder sonst wo sitzt. Da sind wir stark und sehr findig geworden“ (Tiegs 2011, 185).*

#### **16.4.2.2. Recherchefähigkeiten – Eher Handwerk als Spürnase**

Insgesamt ergab die Befragung, dass beim RBB Inforadio die Meinung vorherrscht, dass die journalistische Recherche in erster Linie ein Handwerk ist, das jeder erlernen kann.

*„Nein, erst einmal ist es ein Handwerk, das jeder lernen kann. Dafür gibt es Regeln. (...) Man braucht eine richtige Redaktion, auch wenn das jetzt vielleicht etwas altmodisch klingt. Das muss einfach gecheckt werden, das muss in einen Zusammenhang letztendlich auch gestellt werden“ (Wildt 2011, 135).*

*„Ich glaube, es ist beides. Ich glaube, das Handwerk allein reicht nicht. Wenn ich nicht neugierig bin, wenn ich das nicht wissen will und wenn ich nicht dafür brenne, das rauskriegen zu wollen, dann reicht das Handwerk nicht. Dann sage ich: Abgehakt, abgehakt, abgehakt. Dann komme ich aber auch nicht auf Ideen, wo könnte ich denn noch fragen, was vielleicht nicht sofort auf der Hand liegt. Wo könnte ich da mal quer denken, wer könnte damit noch zu tun haben, wer könnte da einen anderen Aspekt reinbringen, der mich auch weiterbringt in meiner Recherche. Das Handwerk ja, man muss wissen, wie das geht, aber das reicht nicht“ (Schrey 2011, 159f).*

*„Ja, sagen wir es einmal so: Man braucht Routine und überhaupt Berufserfahrung. Weil ich meine, (...) dass man irgendwann in der Lage ist, entweder Dinge vorsichtig anzugehen, weil man ahnt, das ist vielschichtiger als ich es jetzt ausgraben kann, also halte ich mich da zurück mit Bewertungen oder mit Behauptungen. Oder umgekehrt, man braucht eben doch ein Gefühl dafür – ob man das jetzt Spürnase oder Bauchgefühl nennen mag – dass man einschätzen kann auch auf Grund langjähriger Erfahrung, wenn sich eine Situation so und so darstellt und man hat verschiedene Quellen, die verschiedene Sachen sagen, dass man es dann einordnen kann und durchaus auch auf ein größeres Bild schließen kann, ohne den Eindruck zu haben, man spinnt sich etwas zusammen“ (Tiegs 2011, 184f).*

*„Ich finde insgesamt Journalismus ist nichts, wofür man geboren sein muss, sondern das ist wie fast alle anderen Dinge im Leben auch etwas, was man durchaus lernen kann mit dem richtigen Handwerkszeug. Und da gehört die Recherche als ein Teil dazu. Und wenn man journalistisch arbeiten will, dann muss man die Grundbegriffe davon beherrschen. Anders kann man seinen Job nicht machen. Es steht und fällt damit“ (Naht 2011, 204).*

Bei zwei Aussagen wird (ansatzweise) deutlich, dass es bei der journalistischen Recherche nicht nur auf das Handwerk ankommt, sondern zunächst einmal der Wille zur Recherche vorhanden sein muss – es bedarf einer speziellen charakterlichen Triebfeder. Darüber hinaus sind auf Erfahrung basierende Fähigkeiten hilfreich, um einer Recherche eine Richtung zu geben.

Die Befragungen der Reporter ergaben, dass sie in der Regel methodisch nach dem Prinzip der Trichterrecherche vorgehen und ein Rechercheprotokoll anfertigen. Mit einem softwarebasierten Rechercheprogramm (z.B. Mind-Mapping) wird hingegen nicht gearbeitet.

*„Also, je nach dem durchforste ich in der Regel die Lokalzeitungen, die Agenturen, mein Hirn, das Internet. Das Internet in der Regel nach Ansprechpartnern, wo ich dann in der Regel weiterrecherchieren kann im Gespräch, wenn ich Fakten brauche oder Einschätzungen. Manchmal recherchieren wir unter Kollegen, vor allem, wenn wir Gesprächspartner aus dem normalen Leben brauchen“ (Tiegs 2011, 179).*

*„Was ich tatsächlich immer mache, ist ein mehr oder weniger vollständiges Rechercheprotokoll. Das habe ich an der Schule gelernt, dass das sinnvoll ist. Und ich empfinde das als extrem sinnvoll, weil sonst häufig Sachen, die man schon längst nachgesehen hat, durch die Lappen gehen und man es noch einmal durchliest. (...) Und dann ist es eine klassische Trichterrecherche. Meistens fange ich an mit Agenturen, weil die am größten sind. Dann mache ich eine Archivrecherche im Pressearchiv, häufig gucke ich mir dann die dazugehörigen Internetseiten an von den Protagonisten, die da vorkommen, und dann sind es Telefonate. Viele Telefonate und eben das direkte Gespräch“ (Naht 2011, 199f).*

#### **16.4.2.3. Rechercheprozess – Viel Vertrauen, wenig Kontrolle**

Beim RBB Inforadio werden die Beiträge der Reporter in der Regel von dem beauftragenden Redakteur beziehungsweise von einem CvD abgenommen (vgl. Nolting 2011, 112; Wildt 2011, 125f).

Insbesondere die Nahaufnahmereporter besprechen ihre Rechercheergebnisse untereinander (siehe Kapitel 16.2.1.3.). Allerdings findet eine strukturierte und verbindliche Kontrolle des Rechercheprozesses (also z.B. eine Quellenkontrolle) nicht beziehungsweise nur sehr bedingt statt.

*„Die Autoren, die bei uns zusammensitzen oder auch zusammen diskutieren, also drei sitzen sogar in einem Raum, die alle recherchieren, die kontrollieren sich schon gegenseitig. Kontrollieren klingt jetzt so ein bisschen nach Hierarchie, so ist das gar nicht gemeint, sondern sie checken gegenseitig noch einmal, ist das der richtige Gesprächspartner, wie plausibel ist das, ist das die richtige Fährte, investiere ich genug an Arbeit da rein“ (Wildt 2011, 125f).*

*„Ich kann natürlich nicht die gleiche Rechercheleistung machen, die die gemacht haben. Ich muss mich auf bestimmte Sachen verlassen können und darauf vertrauen können. Aber, wenn es heikel wird, wenn ich das Gefühl habe, stimmt das wirklich, weil, wenn das stimmt, dann ist das wirklich eine News, dann ist das etwas Besonderes, so nie dagewesen, dann frage ich immer nach, wie hast du das herausgefunden, hast du das abgesichert, bis dahin, dass ich auch überlege, müssen wir jetzt auch das Justizariat einschalten, um das noch einmal zu überprüfen“ (Schrey 2011, 148f).*

*„Aber die Hoffnung war schon, in dem man es Thomas und mir gibt, dass es dann in schnellere, fixere, professionellere Hände gerät und diese Haltung ist auch geblieben, so dass sie uns auch im Grunde auch ein Stück weit blind vertrauen, dass schon in Ordnung sein wird, was wir herausfinden. Und wenn es Unstimmigkeiten gibt, dann in der Regel geschmäcklerisch“ (Tiegs 2011, 175).*

Es ließ sich beobachten, dass im Zimmer der Nahaufnahmereporter die Regionalredakteurin und eine Nahaufnahmereporterin über deren Rechercheergebnisse sprachen. Dabei kritisierte die Regionalredakteurin, dass ein potentieller Interviewpartner unter der Rubrik Vetternwirtschaft einzuordnen sei und mahnte eine erneute Überprüfung an. Anschließend wollte die Regionalredakteurin eine Reportage abnehmen, erfuhr jedoch, dass eine Nahaufnahmereporterin das bereits erledigt hatte. Es wurde daraufhin kontrovers über die Abnahmen jener Kollegin debattiert, die entweder als zu harmonisch oder als durchaus kritisch bewertet wurden. Letztlich blieb es bei der erfolgten Abnahme.

Offensichtlich agieren die Redakteure beim RBB Inforadio jenseits der formellen journalistisch-handwerklichen Abnahmen von Beiträgen (Nolting 2011, 112) in Punkto Kontrolle des Rechercheprozesses auf der Ebene der diskursiven Koordinierung, die auf Vertrauen der Kooperationspartner setzt (siehe Kapitel 7.3.). Abgewichen wird davon nur bei möglicherweise heiklen Themen. Dann wird das Justizariat des RBB hinzugezogen (vgl. Nolting 2011, 112; Schrey 2011, 149).

Die Formulierung einer Reporterin lässt darauf schließen, dass eine formalisierte Kontrolle des Rechercheprozesses durchaus wünschenswert sei.

*„Manchmal umgekehrt wünscht man sich das bei Kollegen, deren Nahaufnahme man hört, die hätten mal gespiegelt, was sie gefunden haben, weil man weiß, wie da der Auftrag für die Nahaufnahme lautete und was dann daraus geworden ist. (...) Aber einen formellen Weg, dass man irgendwann seine Rechercheergebnisse zwischendrin mal präsentiert und sagt, ich habe*

*das und das herausgefunden, ist es das, was wir wollten – das findet nicht statt“ (Tiegs 2011, 174).*

#### **16.4.2.4. Recherchemarketing – Nicht von allen gewollt**

Der Reporterpool hat sich als Investition für das RBB Inforadio offenbar gelohnt, was die Redaktionsleitung an (wieder) steigenden MA-Zahlen festmacht (vgl. Nolting 2011, 107).

Allerdings scheint es bei der Bewertung, wie und in welchem Umfang eine (anspruchsvolle) Rechercheleistung im Programm platziert wird, unterschiedliche Auffassungen zu geben.

*„Insofern gibt es Schwierigkeiten – oft - den Wert einer Recherche angemessen schon innerhalb der Redaktion darzustellen und das hat natürlich Auswirkungen auf die Präsentationen. Auch nach außen, auch da ist - das ist übrigens auch eine CvD Aufgabe, allerdings in der Regel nicht die vom Aktuellen, sondern von einem planenden CvD - das so vorzubereiten, dass es auch nach außen hin angemessen dargestellt wird: Ein Schwerpunktthema, eine gute Recherche, eine ausführliche Recherche in dem, was sie ist, auch die Arbeitsleistung anzupreisen, um schließlich zu sagen: Ich sehe das als direkten Vorteil für den Hörer, das ist jetzt keine aktuelle Meldung oder kein aktueller Bericht oder Beitrag dazu, sondern das ist eine Sache, an der die länger gesessen haben, und zwar mit Bewusstsein, mit Absicht“ (Wildt 2011, 122).*

Beispiel 1: Die Bearbeitung der Thematik Flugrouten/Fluglärm wurde von der Leitungs- und Entscheidungsebene als wichtiges Rechercheprojekt initiiert (vgl. Schrey 2011, 146f). Die Rechercheergebnisse wurden kontinuierlich im Programm prominent (morgens als Reporter-Live-Gespräch) platziert sowie über die hauseigene Nachrichtenagentur INA an alle Wellen verbreitet (vgl. Nolting 2011, 108).

Beispiel 2: Im Zuge einer Recherche zur Problematik der Pflanze Ambrosia stieß eine Reporterin auf die exklusive Neuigkeit, dass Wissenschaftler der FU-Berlin gerade zwei neue Ambrosia-Felder im Berliner Umland gefunden hatten.

*„Wir haben den [Wissenschaftler; Anm. Verf.] erst einmal für das Frühprogramm eingekauft - ohne Honorar - als Interviewpartner, damit wir diese News gleich verkaufen können, wir haben dazu eine Nahaufnahme gemacht, und dann wollten wir mit den Kollegen im laufenden Programm noch ein paar begleitende Sachen machen, also z.B. einen Allergologen, der dazu sagt, was ist das Problem mit Ambrosia usw. Das stieß dann in dieser geballten Form auf großen Widerwillen, weil auf der einen Seite wir Reporter und auch unsere betreuende Redakteurin und auch andere hier in der Redaktion begeistert waren, dass wir einmal etwas zuerst hatten und nicht aus der Zeitung abgeschrieben haben und das dann auch relativ breit machen wollten, immer wieder als unsere Recherche verkaufen wollten und noch ein bisschen Beifutter liefern wollten, und anderen in der Redaktion war das zu viel. Die fan-*

*den das zwar auch einmal ganz nett, dass wir auch einmal eine eigene Geschichte haben, aber die konnten dann nicht verstehen, dass wir das so breit verkaufen wollten" (Tiegs 2011, 166f).*

Es ließ sich außerdem beobachten, dass eine Exklusiv-Recherche zur U-Bahn-Panne in Berlin zwar einerseits stolz auf einer Stehung präsentiert wurde (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 446), es andererseits aber über die Platzierung und die Verwendung der Thematik im Programm sehr unterschiedliche Meinungen gab (vgl. RBB Inforadio 2010 b, 465).

## **16.5. Best-Practice-Beispiele**

Die Leitfadeninterviews wurden mit einem narrativen Anteil konzipiert (siehe Kapitel 14.2. und 14.4.), in dem die Befragten aus der Entscheidungs- und Operationsebene um ein Best-Practice-Beispiel einer gelungenen Recherche gebeten wurden. Drei von vier Befragten schilderten ohne zu zögern ein Beispiel. Eine Befragte erklärte im Vorgespräch, dass sie auf Grund ihrer langjährigen Planungstätigkeit aus dem Stehgreif kein eignes Best-Practice-Beispiel schildern könnte.

### **16.5.1. Themenkompetenz – Wird von Hörern goutiert**

*„Bereits erwähnt ist ja diese Nahaufnahme als Platz für längere Beiträge, Ergebnisse von Recherchen. Diese Nahaufnahmen werden richtig geplant. Das heißt, man hat in der Regel einen Sendeplatz, manchmal ist das aktuell angebunden, und dann findet's statt. Und die Recherche wird in der Regel – das klingt jetzt banal – bis dorthin geleistet. Irgendwann wird das Ding produziert. Und dann ist diese Recherche beendet. In dem Moment, wo man sich entscheidet – jetzt komme ich auf mein positives Beispiel – zu sagen: Nein, mit dieser Nahaufnahme ist es nicht beendet, ich mache weiter, dann beginnt ein positiver Prozess. Mein Beispiel ist jetzt schon ein bisschen her. Eine Kollegin – Sylvia Tiegs – ist hier als Autorin tätig und fasst ausschließlich als Autorin, macht solche Nahaufnahmen, also längere Recherchen, und hat sich des Themas Schweinegrippe angenommen. Das ist jetzt schon eine Weile her. Sie hatte zwar Nahaufnahmen vorzubereiten und zu machen und hat die auch abgeliefert. Aber sie blieb einfach bei dem Thema. Und im Vorfeld der Nahaufnahme stellte sich heraus, sie hat da auch ganz andere Formen, mit denen sie aufwarten kann, schlicht: Kommentare. Sie bekam plötzlich – weil sie recherchierte auf diesem Gebiet – Post von Ärzten, von Patienten, von Organisationen. Damals gab es eine große Diskussion: wie begegnet man der Schweinegrippe, ist es sinnvoll zu impfen, ist genug Impfstoff da und für wen. Sie bekam dann auf einmal gezielte Hinweise, wo etwas nicht funktioniert, die hat sie dann umsetzen können in eigene Beiträge aber auch in Futter für Interviews, für dann tatsächlich auch konfrontative Interviews, wo wir Politiker mit einer Situation konfrontiert haben, die Ihnen nicht angenehm war. Aus ihrer Recherchearbeit ist direkt neue Berichterstattung herausgekommen, inhaltlich wie auch formal. Einzig und allein initiiert durch die Ent-*

*scheidung: Ich bleib mal an diesem Thema dran. Und ich habe – das war natürlich die Bedingung auch – jetzt nicht gleich die nächste große Recherche zu leisten. Das heißt – das ist auch deren Arbeitsweise – weitere Dinge geplant und auch anrecherchiert im Jargon, also sie hat begonnen, sich etwas Neues zu organisieren, also sie hat sich dann mal auf ein Thema konzentriert über viele Wochen. Sie konnte das auch ausklingen lassen, dann war sie nicht mehr ausschließlich damit befasst. Aber insgesamt war das für uns eine sehr, sehr fruchtbare Angelegenheit. Wo kam dieser Punkt her, dass man sagt, bleib mal dabei. Das war nicht ihre eigene Entscheidung, das letztendlich auch nicht nur die Entscheidung unserer Leitung, sondern das ergab sich aus Diskussionen, wo wir sagten, wir haben da diesen Bedarf, es ist ein großes Thema, wir brauchen kontinuierliche Berichterstattung. Und aus der Diskussion in der Öffentlichkeit, an der sie beteiligt war, die Leitung, aber auch die Redaktionskonferenzen, CvDs, hat sich das ergeben, und das war eine sehr positive Sache, die wir immer mal wieder einsetzen. Allerdings – Einschränkung – das sind bestimmte Punkte. Wir können nicht zu jedem, auch wichtigen großen Thema jemanden abstellen, der das zu seinem Spezialgebiet macht" (Wildt 2011, 123f).*

Die wesentliche Aussage dieses Best-Practice-Beispiels ist die Bedeutung von Themenkompetenz für das Renomee von RBB Inforadio.

In diesem Beispiel wurde von der Leitungs-, Entscheidungs- und Operations-ebene gemeinsam beschlossen, eine gesellschaftlich relevante Thematik länger zu verfolgen. Das heißt, es kam zu einer anspruchsvollen bis profunden Recherche, deren veröffentlichte Ergebnisse zu Hörerreaktionen führte, die wiederum weitere Recherchen ermöglichten.

Insgesamt verdeutlicht dieses Best-Practice-Beispiel, dass den Reportern beim RBB Inforadio ein bestimmtes Zusammenspiel von institutionellen, politischen und professionellen Einflussfaktoren ermöglicht, über den Weg der anspruchsvollen bis profunden Recherche eine herausragende Themenkompetenz aufzubauen.

Zu den Einflussfaktoren gehören u.a., dass die Reporterin a) einen institutionell abgesicherten Gemeinschaftsauftrag bekam (siehe Kapitel 16.2.6.2.), b) ihrem politischen Rollenselbstverständnis nach dem öffentlich-rechtlichen Auftrag (siehe Kapitel 16.3.3.1.) genügt im Sinne gesellschaftspolitischer Kontrolle von Institutionen etc. durch kontinuierlich informierende Berichterstattung (siehe Kapitel 16.3.2.2.), und c) sich aufgrund von gelerntem Handwerk und Berufserfahrung (siehe Kapitel 16.4.2.2.) eine professionelle Themenkompetenz aneignen konnte, die vom Rechercheanspruch letztlich mehr als Graubrot (siehe Kapitel 16.4.2.1.) ist.



Deutlich wird an diesem Best-Practice-Beispiel, dass professionelle Themenkompetenz für Reporter wichtig ist, sich darüber letztlich auch ein Senderenomee stärken lässt, und es beim RBB Inforadio (gelegentlich) eine Einflussfaktorenkonstellation gibt, die das ermöglicht.

### **16.5.2. Profunde Recherche – Intrinsische Motivation reicht nicht**

*„Also das Beispiel, das ich nehmen würde, ist der Fall der Scheinvaterschaften. Mein Kollege Thomas, der mit mir zusammen eben für die Nahaufnahmen arbeitet, war vor über einem Jahr im Herbst 2009 in einer ganz anderen Geschichte unterwegs – im Jugendamt Lichtenberg – und als er mit seiner Geschichte, seinem Interview dort fertig war, sagte die Sachbearbeiterin dort: Worüber sie eigentlich einmal etwas machen könnten, worüber sie eigentlich berichten müssten, das ist das hier, und zeigt auf einen großen Aktenstapel - Scheinvaterschaften. Damit kam mein Kollege zurück in die Redaktion und sagte: Scheinvaterschaften? Ich weiß gar nicht so genau. Ich hatte davon schon einmal etwas gehört und sagte: Ja, das ist ein Thema. Das ist ein Riesenproblem. Das Erschleichen von Aufenthaltstiteln oder von staatlichen Transferleistungen unter der Behauptung, man sei der Vater eines deutschen Kindes. Dann haben wir das auch einmal vorgeschlagen auf den einschlägigen Themenkonferenzen. Ja, das stieß teilweise auf Wohlwollen, teilweise auf ein naja, kann man mal machen. Das Thema landete dann bei mir. Ich glaube, weil ich zeitlich einmal Leerlauf hatte. Sagte, ich würde mich gerne einmal darum kümmern. Thomas war mit etwas anderem beschäftigt, sagte: Habe ich nichts dagegen, mach ruhig, ich hänge nicht an der Geschichte. Dann habe ich ziemlich schnell festgestellt, dass es sehr rechercheintensiv wird, weil niemand in Berlin diese Fälle an übergeordneter Stelle sammelt, sondern das geht von Bezirk zu Bezirk. Und auch keine Zeitung hatte mir diese Arbeit abgenommen, zum Beispiel. Auch das habe ich im Laufe der Recherche gemerkt. Es gibt keine Zahlen. Ich muss sie mir selber beschaffen. Dann lag das wieder ein paar Wochen, das Thema, was in diesem Fall auch nicht so schlimm war, weil, da kochte aktuell grad nichts hoch. Das konnte man auch eine Weile liegenlassen. Irgendwann hatte ich dann einmal Zeit und hab gesagt, es hilft jetzt nichts, wenn ich da etwas zu machen will, dann muss ich alle Bezirke Berlins abtelefonieren und herausfinden, wie bei denen die Lage ist, ist es bei denen ein Problem, oder ist es das nicht. Das habe ich auch gemacht und gemerkt, wie viel Zeit da reinfließt, wenn man nicht irgendwo sich Zahlen holen kann. Oder wenn es keine Stelle, wo man einmal anruft und sagt OK, wie ist denn jetzt die Arbeitslosenquote für Berlin und Brandenburg, das ist kein Problem, das kriegt man. Habe dann die Zahlen zusammengekriegt und gemerkt, für welche Bezirke in Berlin ist das ein Thema, für welche Bezirke ist es das nicht. Habe dann herausgefunden, wo man in den Bezirken Gesprächspartner kriegt, habe gemerkt, welche Bezirke Berlins darüber nicht sprechen wollen, weil sie das nicht als Problem ansehen – Lichtenberg beispielsweise, die sehr viele vietnamesische Frauen haben, die dann vermeintlich einen deutschen Vater sich holen, weil man in Lichtenberg eine sehr milde Sicht darauf hat. Also, es war ein großes Thema. Es wurde dann immer mal wieder gefragt, wann ist die Nahaufnahme zur Scheinvaterschaft fertig, und einer der CvDs sagte dann zwischendrin: Naja, das ist ja so zeitaufwendig, so etwas können wir uns eigentlich gar nicht erlauben. Der war dann schon fast ärgerlich darüber, immer wieder von mir zu hören, das dauert noch ein bisschen, ich muss hier noch einmal und da recherchieren.*

*Der war etwas ungehalten. Will sagen: Das ist eigentlich eine Nummer zu groß für uns. Diese Ansicht teile ich im Grunde auch. Dafür haben wir eben eigentlich nicht die Kapazitäten. Ich kann das nicht jedes Mal machen, wirklich eine so umfangreiche Recherche machen, die Wochen dauert, dann kommen wir hier auf keinen grünen Zweig. Dafür sind die Kapazitäten nicht hier. Ich würde das gerne machen, aber es geht so nicht. Ich habe das aber zu Ende machen können, und wir haben dann auch eine Nachrichtenmeldung daraus gemacht. Das hat auch Widerhall gefunden im Abgeordnetenhaus. Das wäre für mich das Beispiel einer gelungenen Recherche, weil wir wirklich etwas Neues herausgefunden haben. Wir können uns auf die Fahnen schreiben, oder ich, ich habe das Thema vorangebracht, wieder einmal neue Zahlen gesammelt, die kein anderer hatte – das ist auch ein gutes Gefühl – aber das wird so ziemlich für lange Zeit das Einzige bleiben, was wir so von dem Ausmaß her angepackt haben" (Tiegs 2011, 170ff).*

Die wesentliche Aussage dieses Best-Practice-Beispiels ist die Bedeutung einer positiven Haltung zur journalistischen Recherche.

In diesem Beispiel recherchierte eine Reporterin über Wochen – neben anderen Tätigkeiten – eine gesellschaftspolitisch relevante Thematik, obwohl die Entscheidungsebene diesem Aufwand sehr kritisch gegenüber stand und ungeduldig auf einen Output wartete.

Insgesamt zeigt sich an diesem Beispiel, dass sich eine anspruchsvolle bis profunde Recherchearbeit nicht auf Dauer gegen hierarchischen Widerstand durchführen lässt, auch wenn eine Reporterin (Operationsebene) intrinsisch motiviert ist. Insbesondere gilt das, wenn sie einen definierten Output für das Programm zu liefern hat (siehe Kapitel 16.2.5.1.).

Deutlich wird an diesem Best-Practice-Beispiel, dass beim RBB Inforadio die Vertreter der Leitungs- und Entscheidungsebene den Rechercheanspruch (siehe Kapitel 16.4.2.1.) mit Blick auf ein knappes Budget (siehe Kapitel 16.2.2.) definiert haben. Entsprechend kritisch behalten sie das Aufwand-Nutzen-Verhältnis der für Recherche wesentlichen Ressourcen Geld (siehe Kapitel 16.2.2.1.) und Zeit (siehe Kapitel 16.2.5.2.) im Visier, denn Abweichungen können schnell zu strukturellen Verwerfungen (Personalengpass, Programmlücken etc.) führen. Ausnahmegenehmigungen für anspruchsvolle bzw. profunde Recherchen gibt es daher nur selten.

### **16.5.3. Aufklärung – Es muss nicht immer die Spürnase sein**

*„Ich finde, was da am ehesten reinfällt, ist eine Nahaufnahme, die ich gemacht habe über Zossen, wo im letzten Jahr im Januar das Haus der Demo-*

*kratie angezündet worden ist von Neonazis. Da habe ich drei Monate später ungefähr – wenn ich es richtig erinnere im Sommer, oder vier Monate oder ein knappes halbes Jahr – hingeguckt, was ist da jetzt daraus geworden. Den Ansatz selbst finde ich schon extrem löblich, wenn es so ein nachfassender Journalismus ist, wenn man nicht nur berichtet, wenn es passiert ist, sondern dann später noch einmal hinguckt, was ist eigentlich aus dieser Geschichte geworden. Zudem habe ich dann noch versucht, etwas intensiver darauf einzugehen, was ist das denn eigentlich für eine Szenerie, was ist da für eine Konfliktstruktur, was sind das für Neonazistrukturen, die da offensichtlich virulent sind. Und die Recherche, die ich dafür gemacht habe, fand ich relativ umfassend. Ich habe mit dem Generalstaatsanwalt – oder heißt der Oberstaatsanwalt, das weiß ich jetzt gerade nicht – Erado Rautenberg heißt der, mit dem habe ich gesprochen. Der hat mir viel erzählen können, weil der auch schon lange da ist, was in den letzten 20 Jahren in Brandenburg los war. Ich habe es etwas erhöht auf die Frage, wie passt das in die allgemeine Entwicklung von Neonazistrukturen oder von rechten Strukturen in Brandenburg rein. Ich habe mit einem Wissenschaftler gesprochen vom Moses-Mendelsohn-Zentrum, die dort ein Handbuch herausgegeben haben über Rechts extremismus in Brandenburg, der mir aus der Richtung noch einmal erzählt hat, auch mit einer Bewertung, wie gefährlich sind diese Strukturen und was kann seiner Einschätzung nach passieren. Ich finde, wenn man gerade über Extremismus berichtet, und dabei ist es meiner Ansicht nach egal, ob der von links, rechts oder islamistischer Richtung kommt, muss man ziemlich vorsichtig sein in Sachen Panikmache. Dann finde ich, kommt es noch viel mehr darauf an, diesem hehren Ziel der Objektivität oder der Ausgeglichenheit nahe zu kommen, weil weder das eine noch das andere der Gesellschaft nützlich wäre. Man muss schon klar benennen, worum es geht, aber es geht eben nicht darum zu sagen, übermorgen gibt es wieder national befreite Zonen in Brandenburg, und so ist das auch nicht. Und ich habe natürlich mit den Betroffenen gesprochen dort. Ich bin auch nach Zossen gefahren. Ich habe eine Brandenburg-Rundtour gemacht sozusagen, war dann auch in Zossen und habe versucht, mit Leuten auf der Straße zu sprechen, was sich als schwierig gestaltet hat, und mit den Betroffenen, die im Haus der Demokratie waren. Und ich fand im Nachhinein, dass das tatsächlich eine schöne Recherche war, ein runder Beitrag geworden ist, der, glaube ich, auch ganz gut gezeigt hat, wie dieser Konflikt zustande kommen kann, nämlich unter anderen auch dadurch, dass sich die Kommunalpolitik mehr oder weniger zurückgezogen hat und auch mit mir nicht sprechen wollte. Das konnte ich ganz gut darstellen. Das habe ich als eine runde Recherche empfunden" (Naht 2011, 194ff).*

Die wesentliche Aussage dieses Best-Practice-Beispiels ist die Bedeutung von professioneller Fachkompetenz (vgl. Kapitel 16.4.2.2.) für Qualitätsjournalismus.

In diesem Beispiel blieb eine Reporterin - im Brachenjargon - ‚an einem Thema dran‘, lange nachdem die aktuelle Berichterstattung verklungen war. Nicht eine Spürnase oder gegen Widerstände erlangte Informationen, sondern schlicht eine handwerklich solide Hintergrundrecherche erhellte gesellschaftliche Strukturen im Land Brandenburg und benannte politische Verantwortlichkeiten im Kontext Rechtsextremismus.

Insgesamt zeigt sich an diesem Beispiel, dass nicht nur investigative Spürnasen, also profunde Recherchearbeit, sondern auch der Bereich der anspruchsvollen insbesondere handwerklich soliden Recherchearbeit für gesellschaftspolitisch relevante Aufklärung im Sinne eines Qualitätsjournalismus sorgen können.

Deutlich wird an diesem Best-Practice-Beispiel, dass der Journalismus in erster Linie ein Handwerk ist und diese professionelle Fachkompetenz wesentlich zur Herstellung von Qualitätsjournalismus beiträgt. Beim RBB Inforadio ist man sich dieser Tatsache bewusst (vgl. Schrey 2011, 152f).

## **17. MDR Info**

Bei MDR Info wurde keine Redaktionsbeobachtung durchgeführt (siehe Kapitel 11). Die Leitfadeninterviews fanden im Februar 2011 in den Räumlichkeiten des Senders statt.

Die interviewten Personen sind:

1. Jana Hahn, Programmchefin von MDR Info und damit eine Vertreterin der Leitungsebene.
2. Uwe Lölke, CvD bei MDR Info und damit ein Vertreter der Entscheidungsebene.
3. Bert Kanthak, Planungsredakteur bei MDR Info und damit ein Vertreter der Entscheidungsebene.
4. Joachim Schubert-Ankenbauer, Reporter und Wirtschaftsredakteur bei MDR Info und damit ein Vertreter der Operationsebene.

### **17.1. Redaktionsorganisation**

MDR Info ist eine von sieben klassischen Hörfunkwellen des MDR<sup>78</sup>. Jede Welle hat einen Wellen- bzw. Programmchef. Die Programmchefin von MDR Info ist gleichzeitig die Koordinatorin der Hörfunk-Korrespondenten. Sie ist den anderen Programmchefs gleichgestellt (vgl. MDR 2012). Insgesamt besteht das Leitungsteam bei MDR Info aus vier Personen.

Hierarchisch unterhalb der Programmchefin gibt es drei Abteilungsleiter. Sie sind verantwortlich für Nachrichten, Zeitgeschehen und Sport<sup>79</sup>. Weitere über das Gehalt abgestufte Hierarchien gibt es nicht, nur Redakteursstellen mit Funktionsaufgaben (vgl. Hahn 2011, 207).

Verantwortlich für das tagesaktuelle Programm ist der Chef vom Dienst (CvD). Er vertritt in Abwesenheit die Abteilungsleiter und, falls nötig, auch die Programmchefin. Zu seiner Hauptaufgabe gehört die Koordination der einzelnen Gewerke. Organisatorisch teilt sich das Nachrichtenprogramm in mehrere Stundenblöcke, die von einem Redakteur vom Dienst (RvD) und einem Moderator geplant und umgesetzt werden (vgl. Lölke 2011, 216f).

---

<sup>78</sup> Der achte Hörfunksender ist MDR Klassik, ein digitales Internetradio.

<sup>79</sup> Die Sport-Abteilungsleiterstelle ist derzeit nicht als solche bewertet (vgl. Hahn 2011, 207).

Daneben kümmert sich eine Planungsabteilung um Interviewpartner, Autoren sowie mittel- bis langfristige Themenprojekte (vgl. Kanthak 2011, 235f).

Bei MDR Info gibt es keinen klassischen Reporterpool, allerdings verfügt der Sender über drei sogenannte Länderkorrespondenten, die exklusiv für das Programm aus den Bundesländern Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen berichten (vgl. Hahn 2011, 207). Daneben gibt es noch zwei festangestellte Reporter, die insbesondere den Bereich Wirtschaft und Soziales abdecken (vgl. Schubert-Ankenbauer 2011, 244f; Lölke 2011, 220f). Außerdem wird ein Reporter für die Rubrik ‚Hörer machen Programm‘ beschäftigt, darüber hinaus werden gelegentlich noch freie Autoren engagiert (vgl. Hahn 2011, 209f). Insgesamt arbeiten bei MDR Info ca. 60 festangestellte Redakteure und ca. 150 Feste Freie (vgl. Hahn 2011, 208).<sup>80</sup>

MDR Info wird mit Beiträgen aus den Landesfunkhäusern in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen versorgt (vgl. Hahn 2011, 207). Neben dieser Regionalberichterstattung setzt der Sender auf Beiträge anderer ARD-Anstalten, ist insofern *„im Wesentlichen eine Verarbeitungsmaschine von Produkten anderer Leute“* (Lölke 2011, 219). Darüber hinaus werden MDR Info (gelegentlich) Beiträge von der MDR-Recherchedaktion angeboten (vgl. Hahn 2011, 210).

MDR Info wird in Halle an der Saale produziert und sendet 24 Stunden täglich ein Programm, das alle 15 Minuten einen Block aus Nachrichten, Verkehr und Wetter vorsieht. In den Sendestrecken zwischen den Nachrichtenblöcken werden Berichte und Interviews zu aktuellen Ereignissen gesendet (vgl. MDR Info 2012). Das Programm von MDR Info wird in den Abend- und Nachtstunden von mehreren ARD Inforadios übernommen (vgl. ARD Intern 2011).

---

<sup>80</sup> Da in Redaktionen eine gewisse Mitarbeiter-Fluktuation durchaus üblich ist und darüber hinaus einige Mitarbeiter für verschiedene MDR-Sender arbeiten, darunter eben auch tageweise für MDR Info, ließ sich die exakte Mitarbeiterzahl von MDR Info nicht ermitteln.

## **17.2. Institutionelle Einflussfaktoren**

### **17.2.1. Hierarchien – Klar erkennbar, aber nicht im Kasernenhofstil**

Bei MDR Info hat der CvD in erster Linie eine koordinierende Funktion. Er arbeitet einerseits eng mit der Planungsredaktion zusammen und andererseits mit dem Team, das die einzelnen Sendestunden vorbereitet und strukturiert. Dieses Team besteht aus einem RvD und einem Moderator. In Abwesenheit der Abteilungsleiter und der Programmchefin übernimmt er auch deren Aufgaben und Verantwortlichkeiten bis hin zu deren Weisungsbefugnissen (vgl. Lölke 2011, 216f).

Die Planungsredaktion besteht im Wesentlichen aus einem Planungschef und einem Mittelfristplaner. Letzterer ist sowohl für längerfristige Themenprojekte zuständig als auch für das aktuelle Programm am Nachmittag sowie für den folgenden Vormittag (vgl. Kanthak 2011, 235f). Insbesondere die Planungsredaktion bestimmt die Anmutung des Programms. Dort werden sowohl die Interviewpartner für Live-Gespräche organisiert als auch die Reporter beziehungsweise freien Autoren betreut.

*„Weil das Planungsbüro zuständig ist für Autorenbeauftragung, was den nächsten Tag und die fortfolgenden Tage und Wochen betrifft. D. h. diese Ersten, was ja eine Art Vorrecherche ist, wie schätzt du das Thema ein, was könnte da eine Rolle spielen, wen könnte man fragen, wo passt es hin, das wird im Planungsbüro stattfinden“ (Lölke 2011, 223).*

Den Reportern beziehungsweise Autoren, die aktuell oder für die Rubrik ‚Hörer machen Programm‘ arbeiten, werden im Wesentlichen die Themen vorgegeben (vgl. Hahn 2011, 209; Schubert-Ankenbauer 2011, 244). Die drei Länderkorrespondenten sowie die zwei festangestellten (Wirtschafts-) Reporter haben auf Grund ihrer Sachkompetenz einen (etwas) größeren Entscheidungsspielraum, welche Themen von ihnen bearbeitet werden (vgl. Schubert-Ankenbauer 2011, 245, 251).

Die Abnahme der Beiträge erfolgt in der Regel durch den CvD oder die Planungsredakteure (vgl. Lölke 2011, 222, 223f). Dabei geht es in erster Linie um Plausibilität, eine Überprüfung der Rechercheergebnisse findet nicht statt (vgl. Kanthak 2011, 238f). Insgesamt wird erwartet, dass die Reporter bei Problemen oder komplexen Sachverhalten selbstständig auf die Vertreter der Entscheidungsebene zukommen (vgl. Lölke 2011, 223f; Kanthak 2011, 238;

Schubert-Ankenbauer 2011, 251). Im Konfliktfall wird die nächst höhere Hierarchieebene kontaktiert, es gibt allerdings „*hier keine preußische Kasernenhof-Hierarchie im klassischen Sinne*“ (Kanthak 2011, 240).

Insgesamt zeigte sich, dass die Hierarchieebenen bei MDR Info klassisch strukturiert und klar erkennbar sind. CvD und Planungsredaktion arbeiten auf Augenhöhe, im Konfliktfall wird der ‚Dienstweg‘ eingehalten. Den Reportern werden im Wesentlichen die Themen vorgegeben, ausgenommen die Länderkorrespondenten und Wirtschaftsreporter, die auf Grund ihrer Sachkompetenzen hierarchisch eine leicht herausgehobene Stellung einnehmen. Rechercheergebnisse der Reporter werden meist ‚nur‘ auf Plausibilität hin überprüft.

### **17.2.2. Budget – Spardruck lässt keinerlei Spielraum**

Im Reigen der ARD Anstalten kämpft der MDR seit Jahren mit sinkenden Gebühreneinnahmen (vgl. Hahn 2011, 212). Entsprechend eng ist das Gesamtbudget von MDR Info.

*„Also wir haben für dieses Jahr einen Sparetat bekommen, d. h., wir müssen in diesem Jahr eine sechsstellige Summe sparen, und das sickert natürlich auch durch auf die einzelnen Bereiche“ (Hahn 2011, 212).*

Die Redaktionsleitung hofft, dass der Etat künftig zumindest auf dem derzeitigen Niveau verbleibt und nicht weiter sinkt (vgl. Hahn 2011, 212f).

Das 24-Stunden Nachrichtenprogramm von MDR Info benötigt rund um die Uhr Mitarbeiter, die im Schichtsystem arbeiten und

*„allein für die Aufrechterhaltung der Schichten - das dieses Programm also ausstrahlt, das heißt wenn das geschnitten, anmoderiert wird, dass jemand auf dem Sender sitzt, der das Programm moderiert, das Nachrichten geschrieben werden - für diese Schichten wende ich sozusagen über 90% meines Etats auf. Das restliche Geld kann ich für Autoren investieren. Und ich mache es mal ganz konkret: Unsere Planung kann am Tag 200 Euro ausgeben für Beiträge. Das ist also ein Beitrag, bestenfalls zwei Beiträge am Tag“ (Hahn 2011, 209f).*

Dass die Planungsredaktion aus diesem Budget aufwendige Recherchen bezahlt ist die absolute Ausnahme (vgl. Kanthak 2011, 237f).

*„Wir haben bspw. auch kein Geld, einen Kollegen längerfristig auf ein Thema anzusetzen, wo wir sagen, du beschäftigst dich mal ausschließlich damit und verfolgst das Thema über mehrere Tage oder Wochen hinweg. Also der Normalfall ist bei uns, dass man sozusagen Generalist ist und dass der Reporter ein Thema für einen Tag bekommt. An diesem Tag beschäftigt er sich mit*



*dem Thema und am Ende des Tages steht ein Beitrag und im Laufe des Tages möglichst noch eine Live-Schaltung, und wenn er sehr gut ist, dann schreibt er uns noch einen Kommentar, und am nächsten Tag ist es dann schon wieder ein ganz anderes Thema" (Hahn 2011, 209).*

Vor diesem Hintergrund können nur die festangestellten Reporter überhaupt längerfristige Recherchen angehen. Allerdings sind auch für sie die Mittel sehr begrenzt, zum Beispiel für Recherchereisen.

*„Also ich habe bspw. kein Geld, um Kollegen auf großartige Recherchereisen zu schicken. Ins Ausland schon gar nicht, aber auch im Sendegebiet gar nicht" (Hahn 2011, 211).*

*„Also sagen wir mal, (...) ich will jetzt wirklich in Tiefe recherchieren, ich brauche dafür eine Woche. Dann muss ich durch Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen fahren, da habe ich Fahrtkosten und am Ende kommt ein Drei-Minuten-Bericht raus. Das müsste schon die Story des Jahrzehnts sein, damit das bezahlt würde" (Lölke 2011, 220).*

Insgesamt zeigte sich, dass das Budget bei MDR Info in erster Linie für die Aufrechterhaltung des Nachrichten-Sendebetriebs benötigt wird. Darüber hinaus gibt es nur geringfügig finanzielle Mittel für journalistische Beiträge. Entsprechend wird nur in absoluten Ausnahmefällen, und dann auch in aller Regel nur für Festangestellte, Geld für aufwendigere Recherchen zur Verfügung gestellt. Anspruchsvolle bis profunde Recherchen soll die MDR-Recherchedaktion liefern (vgl. Hahn 2011, 210; Lölke 2011, 226).

### **17.2.3. Personal – Spitz auf Knopf gerechnet**

Bei MDR Info arbeiten im journalistischem Bereich ca. 60 festangestellte Redakteure und rund 150 feste Freie Mitarbeiter (vgl. Hahn 2011, 208). Das Geschlechterverhältnis ist nach Aussage der Redaktionsleitung relativ ausgeglichen, mit einem leichten ‚Männerüberhang‘ (vgl. Hahn 2011, 209).

Offenbar gibt es kaum oder sogar keine Personal-Fluktuation, denn

*„in den letzten 15 Jahren ist hier kein Redakteur eingestellt worden. Wir haben einen eingestellt, der ist aber zum Sport gegangen. Ja es ist einfach so, wer einmal im MDR eine Anstellung hat, verlässt die nicht. Weil es hier ja keinen Arbeitsmarkt gibt, auf dem man sich anderweitig auf gleichem Niveau bewegen könnte. Und deswegen sind die Leute, die hier dabei sind, eigentlich seit dem 01.01.1992 dabei" (Hahn 2011, 212).*

Bei den Befragungen wurde deutlich, dass es bei MDR Info immer wieder zu Personalengpässen kommt.

*„Aber nicht nur bei der Planung. Dieses Informationsradio ist menschenverschlingend und informationsverschlingend. Das heißt, man hat am Ende nie genug Leute für das alles, was man machen könnte“ (Kanthak 2011, 236).*

*„Wir sind nur zwei, die Wirtschaft machen. Wenn wir ausfallen, dann sind wir weg. Dann fällt das flach“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 245).*

*„Und es gibt aber Kollegen wie z. B. der Herr Schubert-Aktenbauer, (...) der vielleicht dann einmal im Monat einen CvD macht, geplanterweise, und ansonsten Reporter und Wirtschaftsredakteur ist. Wenn aber jemand krank wird, sind das die Kollegen, die aus diesem Reporterpool reinrutschen“ (Lölke 2011, 218).*

Das heißt, da insbesondere Reporter bei Personalengpässen für andere Aufgaben abgestellt werden, müssen sich entsprechend die Möglichkeiten für anspruchsvolle und profunde Recherchen reduzieren.

*„Für profund recherchierte Stücke haben wir ohnehin, das mag sich vielleicht für die Hörerschaft zunächst erstaunlich anhören, haben wir relativ wenig Leute. (...) Wir haben eine relativ geringe Zahl von Kollegen, die wirklich jeden Tag bei uns hier im Haus sind und wirklich Stücke selber recherchieren und Stücke für den Tag oder für die nächsten Tage machen. Das kann man wirklich an fünf Fingern abzählen“ (Lölke 2011, 219f).*

Insofern verwundert es nicht, dass bei MDR Info im Wesentlichen Generalisten arbeiten, die flexibel einsetzbar sind (vgl. Kanthak 2011, 236f).

#### **17.2.4. Teamarbeit – Für Recherchen so gut wie nie**

Die Befragungen verdeutlichten, dass bei MDR Info Recherchearbeit in aller Regel eine Einzelleistung der Reporter ist (vgl. Schubert-Ankenbauer 2011, 255f). Konkret abgestellte Reporterteams, die zusammen ein Thema recherchieren, gibt es nicht. In sehr seltenen Ausnahmefällen arbeiten mehrere Reporter an einem Thema und liefern Einzelheiten aus ihrem speziellen Bereich, die dann in der Redaktion zusammengefügt werden.

*„Ist schon vorgekommen, dass in Teams gearbeitet wird. Stichwort war Sachsensumpf. Und die Entscheidung trifft dann die Leitung von MDR-Info. (...) Aber im Team arbeiten, in dem unsere Länderkorrespondenten in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen bestimmte Zuarbeiten leisten. Unsere Berliner-Kollegen wiederum, sagen wir mal, das politische Skelett und das regionale Runterbrechen von den Anderen. Am Ende wird ein Beitrag draus. Aus drei Ländern. Das ist auch Teamarbeit“ (Kanthak 2011, 241f).*

Beklagt wurde die Zusammenarbeit mit der Recherchedredaktion, die eher im Sinne einer Einbahnstraße funktioniert. Das heißt, die Recherchedredaktion

liefert ihre Geschichten ohne besondere Absprache mit MDR Info (vgl. Hahn 2011, 210).

*„(...) de facto ist es meistens so, dass wir relativ unangekündigt eine oberflächlich brisant klingende Geschichte aus der Recherchedaktion geliefert kriegen, oft zu äußerst ungünstigen Zeiten so was wie Sonntag spät Nachmittag. Wo also das ganze Haus leer ist, niemand da ist, den man, auch von den möglichen Gesprächspartnern für eine Vorrecherche, niemand da ist, der einem helfen könnte, das Thema zu beurteilen, und wir zwei, drei Mal auf die Nase gefallen sind mit Themen, die reißerisch klangen, die gut recherchiert schienen, dann aber bei genauerer Betrachtung ziemlich aufgeblasen waren“ (Lölke 2011, 226)*

### **17.2.5. Rechercheertrag – Pro Tag ein Beitrag und wenig Extras**

Soweit sich das nach den Befragungen bestimmen lässt, wird bei MDR Info mit wenigen Ausnahmen von den Reportern ein täglicher Output erwartet.

*„Also der Normalfall ist bei uns, dass man sozusagen Generalist ist und dass der Reporter ein Thema für einen Tag bekommt. An diesem Tag beschäftigt er sich mit dem Thema und am Ende des Tages steht ein Beitrag und im Laufe des Tages möglichst noch eine Live-Schaltung, und wenn er sehr gut ist, dann schreibt er uns noch einen Kommentar, und am nächsten Tag ist es dann schon wieder ein ganz anderes Thema“ (Hahn 2011, 209).*

Die Ausnahmen betreffen in erster Linie die Festangestellten, für die dennoch ein gewisser Richtwert gilt.

*„Es heißt immer so, wenn 10 - 15 Berichte im Monat rauskommen, dann ist es OK. Also das heißt, das hängt davon ab, ob man aktueller Reporter ist, da muss es dann am Tag mindestens ein Stück sein, oder ob man, sag ich mal, im Hintergrund arbeitet, da hat man dann auch mehr Luft“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 245).*

Allerdings wird auch erwartet, dass die festangestellten Reporter an mehreren Themen gleichzeitig arbeiten, wie zum Beispiel für die Rubrik ‚Hörer machen Programm‘.

*„Aber wie gesagt, da ich immer mehrere Sachen, man macht ja in der Realität immer mehrere Sachen gleichzeitig, mehrere Geschichten parallel. Dadurch ist es schwer zu sagen, ich bin jetzt für eine Woche an dem Thema dran“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 253).*

*„Es sind eben auch Geschichten, wo vorausgesetzt wird, dass ein höherer Aufwand betrieben wird, dass O-Töne, soweit es geht, wirklich auch in original Ton, also mit Mikrofon aufgenommen sind, (...). Auch wenn Festangestellte das machen, diese Geschichten, dann sind das ja Geschichten, die man länger planen kann, wo man längerfristig Termine machen kann, und bei diesen Sachen ist auch mehr Zeit, um gründlicher zu recherchieren“ (Lölke 2011, 221).*

Insgesamt ist ein erhöhter – insbesondere zeitintensiver – Rechercheaufwand für Beiträge absolut nicht die Regel.

*„Drei Wochen sind wirklich sehr, sehr selten bei uns“ (Kanthak 2011, 241).*

*Also, sei es jetzt das Urteil des Europäischen Gerichtshofs, Leute, die in Sicherungsverwahrung sind, müssen demnächst freigelassen werden, das Gespräch zu suchen mit den Leuten. (...) Das kann man ja nicht von 9.00 Uhr bis 16.00 Uhr in Auftrag geben und dann hat man ein tolles Drei-Minuten-Stück. Sondern dann muss man eine Woche geben. Da haben wir einen, zwei Kollegen, die das mal machen können, aber das sind wirklich die Ausnahmen. Das sind die Rosinen, die wir auch keinem freien Kollegen in Auftrag geben könnten“ (Lölke 2011, 225).*

*„Wenn ich jetzt zwei Wochen an einem Thema hinge, verschwinden würde, dann gäbe es natürlich Nachfragen. Das ist gar keine Frage. Was bei mir aber nicht die Regel ist“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 252f).*

Wie schon erwähnt, sieht das Budget von MDR Info eigentlich keine Recherchereisen der Reporter vor (siehe Kapitel 17.2.2.), allerdings werden – in seltenen Ausnahmefällen – offenbar von der Redaktionsleitung Recherchefahrten genehmigt.

*„Wenn es nötig ist und ich das entsprechend rechtfertigen kann, dann kann ich auch nach Berlin fahren. Bin auch nach Mainz gefahren zur Bundesbank. Da war ein einziger Gesprächspartner für eine komplexe Geschichte“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 253f).*

### **17.2.6. Autonomie – Im Rahmen der Möglichkeiten**

Die MDR Landesfunkhäuser und deren Regionalstudios sind für die Berichterstattung aus ihrem Sendegebiet zuständig und können autonom entscheiden, welche Themen bearbeitet und z.B. als Beitrag angeboten werden. Das ergibt sich aus der Organisationsstruktur des MDR, die für eine ARD Anstalt durchaus typisch ist. Denn die Landeshörfunkprogramme fallen nicht in den Zuständigkeitsbereich des MDR-Hörfunkdirektors, sondern unterstehen den jeweiligen Landesfunkhausdirektoren (vgl. MDR 2012). Insofern hat MDR Info keinerlei Befehlsgewalt gegenüber den Landesfunkhäusern.

*„Wir sind eigentlich, was die regionale Berichterstattung betrifft, angewiesen auf die Zulieferungen aus den Landesfunkhäusern. Von daher gibt da schon eine gewisse Abhängigkeit. Wir haben da versucht, unsere Autonomie zu erweitern, indem wir in diesen drei Bundesländern jeweils einen sogenannten Länderkorrespondenten installiert haben, der also vor Ort nur für unsere Bedürfnisse arbeitet, weil die Zulieferungen aus den Landesfunkhäusern auch nicht so üppig und so regelmäßig kommen, wie wir uns das wünschen würden“ (Hahn 2011, 207).*

Hinzu kommt, dass MDR Info seinen Online-Auftritt nicht selbständig organisieren darf.

*„Was die Autonomie innerhalb des Gebildes MDR betrifft, da haben wir auch insofern einen Einschnitt, weil wir über unsere Online-Präsenz nicht selbst befinden können, sondern dafür gibt es eine eigene Hauptabteilungsleitung, auf die wir angewiesen sind und die das sozusagen für uns organisiert. Da erlebe ich sozusagen auch, dass wir da nur teilautonom sind“ (Hahn 2011, 207).*

Die Auswahl der Themen für das tägliche Programm erfolgt in aller Regel in Absprache zwischen CvD, Planungsredaktion und Abteilungsleitung, gelegentlich auch mit der Programmleitung (vgl. Lölke 2011, 227). Entsprechend bekommen die Reporter zumeist von den Planungsredakteuren ihre Themen.

*„Viele der Absprachen, was, sage ich mal, die Wahl des Blickwinkels betrifft, oder die Auswahl der gewünschten Gesprächspartner oder Meinungsträger, die vielleicht drin sind. Oder auch Gestaltungsvarianten. Die werden im Wesentlichen im Planungsbüro beim MDR-Info getroffen“ (Lölke 2011, 223).*

Anders ist es bei den festangestellten Wirtschaftsredakteuren und Landeskorrespondenten. Von ihnen wird auch erwartet, dass sie selber Themen setzen.

*„Ich bin Reporter, aber monothematisch. Also ich mache ausschließlich Wirtschaft und habe, wenn man so will, zwei Aufgaben. Die eine ist alle zwei Wochen sozusagen als Aktueller zur Verfügung zu stehen, als aktueller Reporter. Dies sozusagen als Dienstleister, wenn man so will, an der Redaktion, das Thema, das die Redaktion beschließt, setze ich um. Das andere ist, selber auch Themen zu setzen, Themen zu suchen, Kontakt zu halten zu der Klientel, mit der ich arbeite, Sozialpartner beide Seiten, und da eigene Geschichten auch zu entwickeln und ins Programm zu bringen“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 244).*

Nach Aussage der Vertreter der Entscheidungs- und Operationsebene wird bei MDR Info - mit Ausnahme von Praktikanten und Volontären (vgl. Kanthak 2011, 240) - nicht in die Recherchen der Reporter eingegriffen.

*„Politisch greife ich nicht ein, halte ich für nicht akzeptabel. Es mag dann einen Konfliktfall dazu geben, aber der hat dann mit mir nichts zu tun. Wenn die Recherche bündig und in sich schlüssig ist, dann war das die Recherche. Ich kann keine Recherche in Auftrag geben mit einem vorgegebenen Ergebnis“ (Kanthak 2011, 240).*

*„Klar, es gibt dann auch mal Diskussionen drum, aber die sind dann nicht so sehr die Frage der Ergebnisse, sondern der Wertung dieser Ergebnisse. Das sind zwei Paar Stiefel“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 251).*

### **17.2.7. Kommunikation – Von Planung über CvD ins Großraumbüro**

Soweit sich das aus den Befragungen (und ohne Beobachtung) ermitteln lässt, verläuft die Kommunikation – auch geographisch - im Wesentlichen zwischen der Planungsredaktion auf der einen Seite und den Mitarbeitern im Großraumbüro (z.B. RvD und Moderatoren) auf der anderen Seite. Dazwischen sitzt der CvD. Dieses Arrangement ist relativ neu (vgl. Lölke 2011, 217f). Insofern kann davon ausgegangen werden, dass bei MDR Info in diesem Bereich Absprachen etc. (auch) auf informeller Ebene getroffen werden.

*„ (...) haben wir erst im Lauf der Zeit so regeln können, dass jetzt die Planungsredaktion ganz dicht beim CvD sitzt, und das ist ein kurzer Weg. (...) Das hat sich bewährt“ (Lölke 2011, 218).*

Auch Absprachen mit Reportern sind – soweit sich das aus den Befragungen entnehmen lässt – nicht formalisiert.

*„Nein, es gibt kein Ritual. Es ist nicht formalisiert. Es ist aber unausgesprochene Regel bei ernst zunehmenden Recherchen, also nicht eine Pressekonferenz, dass da ein Zwischenstand gegeben wird, wo man erstens ablesen kann, ist die Vermutung, die dem Auftrag zugrunde lag, berechtigt? Geht es in diese Richtung? Sollte man das ganze Thema noch mal nehmen, sich neu anschauen, womöglich den Auftrag anders formulieren? Das findet statt über Telefon, über persönliches Erscheinen im Regelfall“ (Kanthak 2011, 238).*

Erwartet wird von den Reportern, dass sie zum Beispiel Rechercheprobleme ansprechen oder, wenn ein Thema aus ihrem Bereich virulent wird, selbständig aktiv werden.

*„ (...), es geht auf Zuruf. Also, das wird auch von mir erwartet, dass ich von mir aus auch komme und sage, das Thema müssen wir vorher machen oder das wird sich nach hinten verschieben“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 251).*

Insgesamt lässt sich – mit aller Vorsicht - konstatieren, dass bei MDR Info das Informelle eine Rolle spielt. Da eine für informelle Kommunikation förderliche räumliche Struktur (mit Planungsredaktion, CvD und Großraumbüro in relativer Nähe) erst in jüngster Vergangenheit realisiert wurde, kann wohl davon ausgegangen werden, dass diskursive Koordinierung (siehe Kapitel 7.3.) von der Leitungsebene gewünscht wird.

### 17.3. Politische Einflussfaktoren

#### 17.3.1. Senderselbstverständnis – Möchten mehr als Nachrichten

Im Gefüge des Mitteldeutschen Rundfunks ist MDR Info als klassisches Nachrichtenradio konzipiert.

*„Wir dienen dazu, gesellschaftliche Kommunikation zu vermitteln, zu organisieren und die Leute sozusagen in den Stand zu versetzen, demokratische Entscheidungen fällen zu können. Aber da haben wir eigentlich wirklich nur die Aufgabe, objektiv Nachrichten so viel wie möglich, so aktuell wie möglich, Nachrichten zu verbreiten“ (Hahn 2011, 206f).*

Gegründet wurde MDR Info 1992 als reine Abspielstation ohne spezielle Fachredaktionen. Diese Struktur ist bis heute so geblieben.

*„Es gibt keine Wirtschaftsredaktion, es gibt keine Landwirtschaftsredaktion, Innenpolitik, Außenpolitik oder so was. Wir sind alle alles“ (Lölke 2011, 224f).*

Die Struktur des klassischen Nachrichtenradios wird sowohl auf Leitungs- als auch auf Entscheidungs- und Operationsebene deutlich kritisiert.

*„Als unbefriedigend, ehrlich gesagt. Was sicherlich einmal mit den Formaten Nachrichten, aber auch mit dem Medium, nämlich Radio, zusammenhängt, ich oft als sehr oberflächlich empfinde. Also ich würde mir schon wünschen, dass wir uns tiefgründiger und auch über längere Zeiträume hinweg mit Themen befassen könnten. Also, wir leben schon, finde ich, von der Hand in den Mund. Bei uns sind die Themen sehr schnelllebig. Sie erscheinen heute und sind morgen schon wieder vergessen. Also dieses Nachfragen, was ist eigentlich daraus geworden, oder Dinge in einen Kontext stellen, das Wesen verschiedener Sachverhalte zu ergründen, das fehlt mir schon sehr“ (Hahn 2011, 214).*

*„Für profund recherchierte Stücke haben wir ohnehin, das mag sich vielleicht für die Hörerschaft zunächst erstaunlich anhören, haben wir relativ wenig Leute. Wir sind im Wesentlichen eine Verarbeitungsmaschine von Produkten anderer Leute, also Großteil aus der ARD. Ein Großteil von Kollegen aus den Landesfunkhäusern“ (Lölke 2011, 219).*

*„Unser Malus hier bei unserem Info-Radio ist, dass es wenig Fachredakteure gibt. Wir haben mehrheitlich Generalisten, die journalistisch arbeiten“ (Kanthak 2011, 241).*

*„Wobei man sagen muss, da hat unser Nachrichtenradio ganz klare Grenzen. Dadurch, dass wir keine Ressorts haben und auch in den Sendeflächen keine spezialisierten Flächen, denke ich, hält sich die Recherchetiefe in Grenzen“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 253).*

Vor diesem Hintergrund ist das Senderselbstverständnis offenbar insgesamt geprägt von dem Wunsch, mehr als ‚nur‘ ein Nachrichtenradio zu sein. Die

Befragung ergab, dass die Vertreter aller Ebenen den Umstand beklagten, nur in sehr wenigen Ausnahmefällen anspruchsvolle oder profunde Recherchen leisten zu können beziehungsweise zu dürfen.

*„Aber was mir fehlt, und das ist das, was mir immer einfällt, wenn es um Recherche geht oder so, das ist dann eben auch, was mehr in die Tiefe geht. Also z. B. das Aufdecken von Korruptionsfällen oder von Seilschaften, und dazu fehlen uns oft die Möglichkeiten wegen der Dinge, die ich eingangs geschildert habe“ (Hahn 2011, 215).*

*„Relativ wenig Investigative-Recherche. Dafür würden wir uns viel mehr wünschen. Es scheitert einfach an den Ressourcen“ (Lölke 2011, 232)*

*„Dieses Informationsradio ist menschenverschlingend und informationsverschlingend. Das heißt, man hat am Ende nie genug Leute für das alles, was man machen könnte. Man muss auswählen. Das betrifft sowohl die Reporter als das ganze Tagesgeschäft. Und natürlich wäre es gut, wenn man noch mal Leute hätte, die in Muße bestimmte Themen nehmen können und etwas tiefer graben und dann sagen, "folgende Schlussfolgerung, jetzt können wir was anderes machen". D. h. die Gefahr, dass es eine gewisse Oberflächlichkeit gibt, die ist immer gegeben“ (Kanthak 2011, 236).*

*„Ich sage immer, wir haben eine geringe Fertigungstiefe. (...) Dass wir halt sehr viele Leute praktisch ganz vorne sozusagen an Maschinen stehen haben, die einfach laufen müssen, und relativ wenig im Hintergrund. Das ist bei andern Nachrichtenradios anders“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 261).*

Neben dieser kritischen Haltung ergab die Befragung, dass bei MDR Info eine starke Rezipientenorientierung vorherrscht. ‚Hörer machen Programm‘ ist nicht nur eine offenbar zentrale, weil immer wieder genannte (vgl. Lölke 2001, 221; Schubert-Ankenbauer 2011, 248) Rubrik bei MDR Info, sondern kann wohl auch als Credo der Redakteure bei ihrer Themenfindung und -aufbereitung verstanden werden.

*„Alltagsrecherche nach meiner Auffassung auch relativ viel, die sich darin manifestiert, dass wir ein relativ ausgeklügeltes Sitzungs- und Themenfindungssystem haben, wenn ich es mal so kompliziert formulieren darf. Wo es nicht verpönt ist, eben die sogenannten, die Alltagsthemen mit anzubringen. Also was weiß ich. Ein neuer Test von Waschmaschinen, und eine Sorte ist besonders schlecht und eine ist besonders gut. Und wenn es viele Leute zu interessieren scheint, dann machen wir so was, bis hin zu Wettergeschichten, die immer so ein bisschen verpönt sind, aber das ist nun mal, was die Leute am meisten interessiert, wollen sie morgens mit am meisten hören. Und Ähnliches. (...) Und ein Teil wird natürlich auch davon getragen, dass wir diese Reihe Hörer im Programm haben, wo eben Leute wirklich die Themen bei sich vor der Haustür mit ins Programm bringen, die wir sonst, als Reporter würde man da nie drauf kommen“ (Lölke 2011, 232f).*



### 17.3.2. Rollenselbstverständnis – Vermittler im Info-Dschungel

Insgesamt ergaben die Leitfadeninterviews, dass sich die Befragten ihrem Selbstverständnis nach als informierende Vermittler begreifen mit leichtem Ansatz zum interpretativen Journalismus.

*„Eigentlich (...) als Vermittler gesellschaftliche Kommunikation, als Organisatorin. Nicht als eine, die sozusagen eine Meinung hat und diese in die Welt hinaus posaunt und andere überzeugen will, sondern eher jemand, der möglichst sachlich und möglichst objektiv berichtet. (...) Das empfinde ich als meine Aufgabe. Und den Menschen in den Stand zu versetzen, dass er, wenn er es denn will, informiert ist und auf dieser Grundlage seine Wahlentscheidung treffen kann in dieser Demokratie. Das wäre so mein Ideal“ (Hahn 2011, 213f).*

*„Also ich selber sehe meine ganz persönliche Rolle eher als jemand, der anderen Leuten die Möglichkeit gibt, eine bewusste, fundierte Entscheidung für ihr Leben zu treffen (...), sodass also ich unsere Funktion und meine Funktion als Journalist ohnehin weniger darin sehe, meine Sicht auf die Welt zu verbreiten. (...) Sondern eher anderen die Möglichkeit zu geben, eine Auswahl zu treffen aus den Wegen, aus den Auswahlmöglichkeiten, die das Leben bietet. Und das ist eben von ganz kleinen Sachen, was weiß ich, Gesundheit, Kinder, Erziehung tralala, bis zu philosophischen oder politischen Fragen. Also ich würde im Zweifel auch als Redakteur den Kommentar, sei er noch so gut, immer ganz hinten in der Liste sehen“ (Lölke 2011, 228f).*

*„Ich sehe mich zum einen als privilegierten Beobachter (...) von Ereignissen, an denen man normalerweise nicht teilnehmen kann, und sehe mich dann in der Pflicht, Auge und Ohr stellvertretend für Hörer, für Rezipienten zu sein und möglichst klar und möglichst schlüssig die Fragen, die sich ergeben, aus dem jeweiligen Ereignis weiter zu transportieren, gegebenenfalls und dann auch ordentlich gekennzeichnet einzuordnen und zu bewerten, also auch zu kommentieren“ (Kanthak 2011, 243).*

*„Ich glaube, dass wir heute eher einen Informations-over-kill haben, dass wir als Bürger in einer Gesellschaft mit sehr komplexen Zusammenhängen umgehen müssen. Und das es Aufgabe von Journalisten ist, also so würde ich mich auch selber definieren, praktisch die Handreichung dafür zu bieten, dass man diese Information auch versteht und einordnen kann um dann selber für sich eine Entscheidung zu fällen, wie man ein Thema sehen möchte oder wie man damit umgehen möchte“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 256).*

Die Befragungen ergaben weiter, dass die Idee einer gesellschaftspolitischen Kritik- und Kontrollfunktion des Journalismus insgesamt mit Skepsis begegnet wird. Wenn, dann ergibt sich eine Wächterrolle durch permanente Berichterstattung und wird weniger als individueller Auftrag an den einzelnen Journalisten verstanden.

*„Also unsere Themen sind ja zu 70 % schätzungsweise politische Themen. Insofern berichten wir sehr viel über Politik, und wer über Politik täglich berichtet, so wie wir es tun, und auch in stündlicher Aktualität, der verfolgt sie*

*natürlich auch sehr genau. Und dieses immerzu Draufschauen: Wenn die Mutter beim Kind, das Hausaufgaben macht, immerzu daneben sitzt oder so, ist das auch eine Kontrolle. Insofern werden wir unserer Kontrollfunktion sicherlich auch gerecht" (Hahn 2011, 215).*

*„Also, finde ich, man muss, um eine gute Kritik üben zu können, finde ich, muss man sehr viel wissen über die Dinge. Dann finde ich es legitim. Aber Kritik sozusagen als Grundhaltung empfinde ich als problematisch. Aber ich finde, da sind wir wieder am Anfang. Deshalb bin ich ja Journalist geworden, ich will erstmal hingucken, ich will die Dinge verstehen, ich will begreifen, bevor ich mir dann auch ein Urteil drüber erlauben kann" (Schubert-Ankenbauer 2011, 257).*

*„Ich sehe mich in dem Sinne nicht als Einzelperson, aber in der Gruppe schon auch in einer gesellschaftlichen Funktion, die was mit Wächter zu tun hat" (Kanthak 2011, 243).*

Insgesamt zeigte sich, dass das Rollenselbstverständnis der Befragten von MDR Info im Wesentlichen geprägt ist vom klassischen Informationsjournalismus mit deutlichem Focus auf dessen vermittelnde Funktion. Die gesellschaftspolitische Kritik- und Kontrollfunktion des Journalismus wird nicht als individuelle Aufgabe des einzelnen Journalisten betrachtet, sondern ergibt sich – so der Tenor der Befragten – automatisch durch permanente Berichterstattung.

### **17.3.3. Öffentlich-rechtlicher Auftrag – Säule unserer Demokratie**

Bei den Befragungen wurde deutlich, dass der öffentlich-rechtliche Auftrag (siehe Kapitel 4) bei MDR Info für bedeutend gehalten wird.

*„Der ist für mich entscheidend. Also, wenn diese Gesellschaft mindestens so bleiben soll, wie sie ist, oder noch ein bisschen mündiger werden sollte, was ich mir wünschen würde, sodass die Leute mehr versuchen, dieses Land mit zu regieren und nicht regiert zu werden, dann braucht es einen Hörfunk, oder jedenfalls Medien, die möglichst staatsfern und möglichst sachorientiert berichten. Und die Zwänge sind bei einem Programm, das weniger auf Werbekunden zu achten hat, einfach mal andere als eben bei einem Programm, was wie ein privates Programm eben bestimmte Zwänge hat, (...) Also, das finde ich schon ziemlich entscheidend, das ist eine Säule dieser Form von Demokratie" (Lölke 2011, 229f).*

*„Der ist für mich sehr wichtig, weil ich denke, dass (...) die Nischen gibt es wirklich noch, dass man sagen kann, man hat so einen aufklärerischen oder einen erklärenden Charakter, dass man versucht, solche Dinge darzustellen. Die Räume werden natürlich auch im Öffentlich-rechtlichen Rundfunk enger, das ist gar keine Frage" (Schubert-Ankenbauer 2011, 257f).*

*„Und ich sehe mich verpflichtet, nicht zuletzt auch fest angestellt in der ARD und nicht schlecht bezahlt, alles dafür zu tun, dass ich unabhängig im Urteil*

*bleibe, wenn es irgend geht, und meine eigenen Befangenheitsfallstricke beiseite zu räumen, wenn ich mit Themen zu tun habe" (Kanthak 2011, 243).*

#### **17.4. Professionelle Einflussfaktoren**

##### **17.4.1. Aus- und Fortbildung – Keine Fachredakteure**

Der Berufseinstieg der vier Befragten von MDR Info erfolgte bei allen über den Weg eines Studiums. Drei Interviewpartner studierten zu DDR Zeiten Journalistik in Leipzig an der Karl-Marx-Universität (vgl. Hahn 2011, 206; Lölke 2011, 216; Kanthak 2011, 235). Ein Interviewpartner studierte zunächst Theologie und Politikwissenschaft, arbeitete für Print-Medien und ging 1992 zum MDR (vgl. Schubert-Ankenbauer 2011, 244).

Bei den Befragungen wurde deutlich, dass nur sehr wenige Redakteure bei MDR Info eine fachliche Spezialisierung aufweisen.

*„Wir haben im Wesentlichen zwei Redakteure, die die Wirtschaftsstrecke abdecken" (Lölke 2011, 220).*

*„Wir haben ein oder zwei feste Mitarbeiter, die bestimmte Themen vertiefend bearbeiten" (Kanthak 2011, 237).*

*„Weil wir eigentlich speziell für den Bereich Wirtschaft zwei Kollegen sind. Und das ist ja ein großes Feld. Wir machen praktisch die gesamte Themenbandbreite von Finanzen über Unternehmen, die ganzen Sozialbereiche, machen wir praktisch die ganze Bandbreite" (Schubert-Ankenbauer 2011, 245).*

Neben diesen zwei Wirtschaftsexperten wurden noch zwei weitere Redakteure genannt, die sich thematisch spezialisiert haben.

*„Wir haben z. B. zwei Kollegen, die sich mit Rechtsextremismus befassen. Da schicken wir die auch zu Seminaren, Bildungsveranstaltungen oder geben ihnen selbst die Möglichkeit" (vgl. Hahn 2011, 211).*

Insofern dürfte die Themenkompetenz – auch der Wirtschaftsredakteure (vgl. Schubert-Ankenbauer 2011, 256) - in einer Art „Selbstqualifizierung" (Lublinski 2004, 49) entstanden sein.

Beklagt wird sowohl auf Leitungs- wie auch auf Entscheidungsebene, dass es bei MDR Info nicht mehr Fachjournalisten gibt:

*„Wenn ich es mir leisten könnte, dann sofort. Dann würde ich sofort auf das Modell des Fachjournalisten gerne wieder zurückgreifen wollen, also Menschen, die über einen bestimmten Sachverstand verfügen. Sei es juristischer, betriebswirtschaftlicher, Finanzsachverstand. Was auch immer" (Hahn 2011, 213).*

*„Für uns wäre es besser, wir hätten ein paar mehr Ressourcen, um bei uns Leute, zwei, drei Leute, die an Themen längere Zeit dran sind, die Kontakte machen können, die auch angerufen werden von Leuten, die was zu sagen haben. Die eben etwas stecken. Das geht unseren Wirtschaftsredakteuren so, die haben jetzt inzwischen die Kontakte. Wir hatten bis vor Kurzem einen Landwirtschaftsredakteur, der hatte die Kontakte auch. Der ist jetzt in Rente gegangen. Jetzt gibt es im Augenblick keinen“ (Lölke 2011, 226f).*

*„Unser Malus hier bei unserem Info-Radio ist, dass es wenig Fachredakteure gibt. Wir haben mehrheitlich Generalisten, die journalistisch arbeiten“ (Kanthak 2011, 241).*

Die Befragung des Reporters ergab, dass die journalistische Tätigkeit des Recherchierens nicht systematisch erlernt wurde, sondern sich im Laufe der Zeit entwickelt hat.

*„Gezielt gelernt habe ich es nicht. Also, ich habe mich nicht dazu ausbilden lassen, sondern einfach durch viele, viele Jahre Erfahrungen“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 247).*

Auf diese ‚Recherche-Erfahrung‘ setzen die Vertreter der Entscheidungsebene. Offenbar gibt es Kollegen mit einem entsprechend ‚guten Ruf‘.

*„Sondern da haben wir einen CvD, der auch jahrelang Korrespondent war und der auch ein Händchen für solche Geschichten hat und auch gute Kontakte hat“ (Lölke 2011, 225).*

*„Wenn der derjenige oder diejenige sich mit dem Thema oder verwandten Themen schon intensiver befasst hat, dann gehe ich von einer Recherchekompetenz aus. Wenn sich der oder diejenige mit dem Thema noch nicht befasst hat, aber schon hinreichend bewiesen hat, dass er Recherchekompetenz hat, dann gehe ich davon aus, dass das bei einem anderen Thema möglich wäre“ (Kanthak 2011, 241).*

Bei MDR Info werden nach Aussage der Redaktionsleitung Weiterqualifizierungsmaßnahmen – auch für den Bereich Recherche – angeboten.

*„Ja, da fallen mir jetzt spontan zwei ein, die wir so in den letzten zwei, drei Jahren genutzt haben. Das eine betraf Online-Recherche, das kam sehr gut an bei den Kollegen. Das haben wir in den Nachrichten gemacht und später dann auch im Zeitgeschehen. Und das andere betraf, da ging es so um investigatives Recherchieren. Wie mache ich das, wie stelle ich das an? Das kam auch gut an bei den Kollegen“ (Hahn 2011, 211).*

Insgesamt zeigte sich, dass bei MDR Info im Wesentlichen Generalisten arbeiten, nur wenige Redakteure haben eine fachliche – auf informellen Wege erworbene – Spezialisierung. Kompetenzen im Bereich der journalistischen Recherche erwerben die Redakteure im Laufe der Jahre. Da es aber nur we-

nig anspruchsvolle bis profunde Recherchen bei MDR Info gibt (siehe Kapitel 17.2.5.; 17.3.1.) sind es wohl auch nur wenige Redakteure, die hier Kompetenzen erwerben (können). Weiterqualifizierungsmaßnahmen – insbesondere im Bereich der Recherche – werden seitens der Redaktionsleitung zwar gewünscht (vgl. Schubert-Ankenbauer 2011, 247f) und es gab auch entsprechende Angebote, allerdings dürften die finanziellen Mittel (siehe Kapitel 17.2.2.) diese Maßnahmen stark begrenzen.

#### **17.4.2. Recherchekompetenz – Im Rahmen der Möglichkeiten**

Insgesamt wurde in den Leitfadeninterviews deutlich, dass bei MDR Info von den Redakteuren im Sinne der hier verwendeten Kategorie Recherche-Dimension (siehe Kapitel 6.2.) im Wesentlichen die ‚einfache Recherche‘ erwartet wird.

*„Wir erwarten natürlich schon, dass die Kollegen im Rahmen ihrer Möglichkeiten sehr tiefgründig eben recherchieren, bspw. unsere Länderkorrespondenten, die drei, die wir in den Ländern haben. Denen räumen wir natürlich Zeit dafür ein, dass sie eben auch, sage ich mal, am Rande von Landtagsdebatten Gespräche führen, an Hintergrundzirkeln beteiligt sind, um auch viel an Informationen aufzuschnappen, die dann in ihre Beiträge einfließen“ (Hahn 2011, 211).*

*„Wir wollen Geschichten erzählen. Geschichten, die die Leute interessieren. Das geht vom Kleingarten bis zur großen Politik. Das ist uns alles gleich wichtig. Und um das eben zu erkennen und eben Recherche wenigsten im Großen und Ganzen einordnen und bewerten zu können, braucht es einen guten Menschenverstand“ (Lölke 2011, 222f).*

*„Dass man versucht selber, wenn möglich, an die Quellen ranzukommen und sich nicht sekundär bedient. Dass man versucht, verschiedene Seiten dazu zu hören und deren Argumente, deren Sichtweise. (...) Wenn möglich, (...) auch selber die Dinge in Augenschein nehmen kann, also dass man (...) es nicht nur per Telefon oder per Studio oder per Internet macht, sondern (...) auch dahin geht und sich das anschaut, was es zu sehen gibt“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 259).*

Darüber hinaus ergab die Befragung, dass bei MDR Info die journalistische Tätigkeit des Recherchierens im Wesentlichen als ein Handwerk angesehen wird, das jeder lernen kann – Erfahrung oder ein Körnchen Genialität wären das Tüpfelchen auf dem i.

*„Es ist zunächst mal ein Handwerk, das jeder lernen kann. Aber es gibt natürlich unter den Handwerkern Meister, und es gibt eben die, die Fließbandarbeit machen usw. Und (...) wie bei jedem Handwerk, da brauchst du eben 99 % Schweiß und eben das 1 Prozent ist dann die Genialität, die manchmal den Unterschied macht“ (Lölke 2011, 231).*

*„Ich glaube, das ist ein Handwerk, das jeder lernen kann, aber wo, finde ich auch, ein bisschen Erfahrung dazugehört, dass man dann so ein Gefühl entwickelt, was ist da noch so unten drunter“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 259).*

Wie in Redaktionen üblich, werden auch bei MDR Info die Beiträge der Reporter abgenommen (siehe Kapitel 17.2.1.). Eine formalisierte Kontrolle der Rechercheergebnisse (z.B. Recherchedokumentation) gibt es allerdings nicht. Die Redakteure der Entscheidungs- und Operationsebene agieren hier im Sinne einer diskursiven Koordinierung, die auf Vertrauen der Kooperationspartner setzt (siehe Kapitel 7.3.).

*„Also diese ganze Maschine Nachrichten-Radio, die fußt zu einem großen Teil - das wird bei anderen Medien sicher auch so sein - die fußt zu einem großen Teil auf Vertrauen. Das heißt, wenn ich einen Reporter habe, von dem ich weiß, dass er in der Vergangenheit keine Gurken abgegeben hat, sondern eben sachkundig Arbeit gemacht hat, auch wenn da mal ein Fehler passiert ist, das passiert allen Leuten, aber wenn es nachvollziehbar ist, warum so etwas passiert ist und normalerweise gut recherchierte, fundierte Geschichten kommen, dann nimmt die ein CvD ab, und wenn dort nichts drin ist, was dem gesunden Menschenverstand oder dem der Faktenkenntnis, Sachkenntnis des CvDs widerspricht, dann wird so eine Geschichte durchgehen“ (Lölke 2011, 222).*

Wichtig ist bei MDR Info, dass recherchierte Themen einen Nachrichtenwert haben. Nur dann lassen sie sich problemlos prominent im Programm platzieren.

*„Das ist so ein bisschen von Fall zu Fall unterschiedlich. Man kann hier ja auch abschätzen wie, sage ich mal, ist das eine Recherche, die diese Republik umkrepelt, oder ist das eine Eintagsfliege, und dementsprechend wird das dann auch platziert im Programm“ (Hahn 2011, 210f).*

*„Das hängt bei uns ganz stark vom Tagesgeschäft ab, weil wir eben ein Nachrichtenradio sind. Also es gibt Tage, da wird es sehr prominent platziert, was man sich manchmal recht mühsam erarbeitet und recherchiert hat. Es gibt aber auch Tage, da ist relativ wenig Verständnis dafür da, weil einfach die Themen an dem Tag andere sind, als das, was man gerade recherchiert hat und ins Programm setzen möchte. (...) Wenn ich jetzt komme und habe eine eigene Geschichte, die sozusagen als prominente Geschichte, die auch nachrichtlich sozusagen gezählt wird, also die Nachricht, die auch ausgewertet wird, da ja, das Thema als eigenes zu setzen“ (Schubert-Ankenbauer 2011, 246f).*

Aus den Interviews geht nicht hervor, dass Recherche insgesamt als ein strategischer Markenkern von MDR Info angesehen wird.

## 17.5. Best-Practice-Beispiel – Relevanz der Vor-Ort-Recherche

Die Leitfadenterviews wurden mit einem narrativen Anteil konzipiert (siehe Kapitel 14.2. und 14.4.), in dem die Befragten aus der Entscheidungs- und Operationsebene um ein Best-Practice-Beispiel einer gelungenen Recherche gebeten wurden. Der Vertreter der Operationsebene schilderte ohne zu zögern ein Beispiel. Die zwei Vertreter der Entscheidungsebene vermochten mit Verweis auf ihre langjährige Planungs- beziehungsweise CvD-Tätigkeit aus dem Stehgreif kein eignes Best-Practice-Beispiel schildern.

*„Na ja, wir haben eine Serie im Programm, die heißt "Hörer machen Programm". Und da melden sich Hörer mit sehr diffizilen Themen, wo man immer wieder staunt. Ja wirklich. Das mag lapidar klingen, aber es ist, denke ich, schon ein interessantes Thema. Wie denn diese ganzen Handyläden hier überleben, die sich hier in den Städten ansammeln. Das klingt, wie gesagt, auf den ersten Blick lapidar, ist aber ein sehr wichtiges Thema, weil wir durch die Liberalisierung im Telekommunikationsmarkt natürlich eine Struktur bekommen haben, dass erstens ein starker Lohndruck entstanden ist und dass zweitens ein starker Druck auf Selbstständigkeit, auf Franchising hin entstanden ist. Das heißt, der Verdacht entstand sozusagen, dass viele Leute sich selbstständig machen in diesem ganzen Bereich mit Handyläden und davon eigentlich gar nicht leben können. Das war so die Ausgangsvoraussetzung. War eine Hörerfrage, fand ich auch wirklich interessant. Und es steckt ja auch eine ganze Menge dahinter, was auch die Wirtschaftsstruktur speziell hier in der Region anbelangt. Und da sollte ich recherchieren, wie die überleben können. Darüber wollte natürlich keiner mit mir drüber reden. Ich bin erstmal an einen Verband rangetreten, da gibt es ja diverse Verbände. Also, das sind mehrere Schritte. Zuerst versucht man sich mit Materialien zu füttern, zu lesen, sei es im Internet, sei es in den Zeitungen. Ich habe auch ein eigenes kleines Handarchiv angelegt und versuche, da so ein Material zusammenzubekommen, was nur irgend geht. Das Zweite ist halt so eine Art telefonische Recherche, also, wo ich mit dem Verband gesprochen habe, der allerdings extrem unergiebig war, weil, da war natürlich alles wunderbar, gar keine Frage. Was dem äußeren Anschein nach so nicht sein konnte, weil diese Läden ja auch in schöner Regelmäßigkeit auch wieder schließen, immer und immer wieder. Da hatte der Hörer auch drauf hingewiesen. Und dann hatte ich angefangen, verschiedene Firmen telefonisch abzufragen, was auch sehr unergiebig war. Bin dann, als letzter Schritt, habe ich dann wirklich die Tappel-Tappel-Tour gemacht. Also ich bin hier in die einzelnen Läden gegangen und habe versucht, dort rauszukriegen, was eigentlich Sache ist. Was auch nicht so einfach war, weil diese Läden eine sehr unterschiedliche Struktur haben. Also die wenigsten, das war so das Bild, gehören heute einem alleine. Da stecken dann wiederum größere Unternehmen dahinter, Dienstleistungsunternehmen. Also, es war sehr schwer, an entsprechende Aussagen heranzukommen. Und das hat auch ein ganzes Weilchen gedauert. Und da hatte ich auch wirklich die Zeit dafür. Das ist auch schön. Man bekommt diese Themen doch in einem relativ langen Zeitraum vorher auch gesagt, solange zu suchen, bis ich auch wirklich zwei oder drei fand, die bereit waren, auch wirklich darüber zu reden. Der eine hatte auch wirklich selber Probleme,*

*und einer war ein kleiner, der hatte mehrere Läden, der war immerhin bereit zu erzählen, dass er ein Problem sieht in diesem Bereich, dass da zu viele sind, dass man sich da gegenseitig das Wasser abgräbt und dass eigentlich keine Substanz bleibt, um wirklich davon zu leben. Und daraus konnte ich dann einen Bericht machen. Aber bis die Leute bereit waren, mit mir zu reden und auch Aussagen dazu zu machen, das hat lange gebraucht, bis es dann endlich stand" (Schubert-Ankenbauer 2011, 248f).*

Die wesentliche Aussage dieses Best-Practice-Beispiels ist die Bedeutung der Vor-Ort-Recherche.

In diesem Beispiel begann der Reporter für die feste Rubrik ‚Hörer machen Programm‘ ein Thema zu recherchieren, zunächst vom Redaktionsschreibtisch aus – vergeblich. Erst durch eine zeitaufwendigere Recherche vor Ort konnte er sich die nötigen Informationen beschaffen. Insbesondere die face-to-face-Kommunikation dürfte die Vertrauenswürdigkeit des Reporters gestärkt haben.

Insgesamt verdeutlicht dieses Beispiel, dass der Recherche-Auftrag eines Hörers dazu geführt hat, dass dem Reporter die dafür notwendigen institutionellen Ressourcen (hier: Zeit) zur Verfügung gestellt wurden. Sowohl das Renommee von MDR Info (politischer Einflussfaktor) und die Beharrlichkeit des Reporters (professioneller Einflussfaktor) haben dazu geführt, dass die Recherche schließlich vertrauenswürdige Informationen zu Tage fördern konnte.

Deutlich wird an diesem Best-Practice-Beispiel, wie wichtig die Vor-Ort-Recherche für Reporter sein kann und dass es bei MDR Info (gelegentlich) ein Zusammenspiel von institutionellen, politischen und professionellen Einflussfaktoren gibt, die anspruchsvolle Recherchen ermöglichen.



## **18. HR Info**

Bei HR Info wurde keine Redaktionsbeobachtung durchgeführt (siehe Kapitel 11). Die Leitfadeninterviews fanden im Februar 2011 in den Räumlichkeiten des Senders statt.

Die interviewten Personen sind:

1. Theresa Jungwirth, Referentin der Programmleitung von HR Info und damit eine Vertreterin der Leitungsebene.
2. Tobias Lübben, Cvd beim Aktuellen Desk von HR Info und damit ein Vertreter der Entscheidungsebene.
3. Oliver Günther, Redakteur und Reporter bei HR Info und damit ein Vertreter der Operationsebene.
4. Heike Borufka, Gerichtsreporterin bei HR Info und damit eine Vertreterin der Operationsebene.

### **18.1. Redaktionsorganisation**

HR Info ist eine von sechs klassischen Hörfunkwellen des Hessischen Rundfunks. Jede Welle hat einen Wellen- bzw. Programmchef. Die Programmchefin von HR Info ist darüber hinaus zuständig für die Hörfunk-Korrespondenten. Sie ist den anderen Programmchefs gleichgestellt (vgl. HR 2012). Insgesamt besteht das Leitungsteam neben der Programmchefin aus acht weiteren Personen.

Hierarchisch unterhalb der Programmchefin gibt es acht Bereichsleiter. Sie sind verantwortlich für drei Programmstrecken (Vormittag, Nachmittag, Wochenende) das Programm-Marketing, das Programm-Management, Nachrichten, Desk-Information und für das Landesstudio Wiesbaden (vgl. Jungwirth 2011, 267).

Der Radiosender HR Info gliedert sich in drei Bereiche. Zu dem Komplex gehören a) die Programmredaktion von HR Info, b) die Nachrichtenredaktion, die für alle sechs Hörfunkwellen die Nachrichten im jeweiligen Format liefert und c) der Desk-Information, der für alle Reporter des HR, darunter auch die

Auslands- und Hauptstadtkorrespondenten, zuständig ist<sup>81</sup> (vgl. Jungwirth 2011, 265f), insgesamt ca. 70 Reporter (vgl. Lübben 2011, 292).

Verantwortlich für die tagesaktuellen Sendestrecken der Programmredaktion von HR Info sind die Chefs vom Dienst (CvD). Zu ihrer Hauptaufgabe gehört die Koordination der einzelnen Gewerke. Organisatorisch teilt sich das Programm in drei Bereiche: das Vormittagsprogramm von 6 bis 12 Uhr, das Nachmittagsprogramm von 12 bis 18 Uhr und das Abend- und Wochenendprogramm (vgl. HR 2012).

Neben dem sogenannten Desk-Information, der die aktuellen Reporter führt, gibt es direkt bei der Redaktion von HR Info eine sogenannte Story-Redaktion, die derzeit mit einem Reporter besetzt ist (vgl. Günther 2011, 320) sowie eine Gerichtsreporterin (vgl. Borufka 2011, 340).

Insgesamt sind für die drei Bereiche von HR Info ca. 200 Mitarbeiter tätig, davon rund 50 Mitarbeiter direkt in der Redaktion von HR Info. Insgesamt arbeiten weniger als 70 Mitarbeiter als festangestellte Redakteure (vgl. Jungwirth 2011, 269).<sup>82</sup>

Mit Regional-Beiträgen wird HR Info aus den sechs Landesstudios (Frankfurt, Kassel, Gießen, Fulda, Darmstadt, Wiesbaden) sowie von acht Regionalkorrespondenten beliefert, allerdings wird das über den Desk-Information organisiert (vgl. HR 2012a).

HR Info wird in Frankfurt am Main produziert und sendet von montags bis freitags von sechs Uhr bis 20 Uhr ein Programm, das alle 20 Minuten einen Block aus Nachrichten, Verkehr und Wetter vorsieht. In den Sendestrecken

---

<sup>81</sup> Beim Desk-Information gibt es diverse Unterabteilungen: U.a. den Aktuell-Desk, der für die Hessen-Reporter zuständig ist, den Wiso-Desk, der für die Wirtschafts- und Sozialberichterstattung zuständig ist sowie den Planungs-Desk (vgl. Lübben 2011, 292, 295). Insgesamt koordiniert der Desk-Information die Reporterbeiträge für alle Wellen, die bei Bedarf darauf zurückgreifen können (vgl. Jungwirth 2011, 267f).

<sup>82</sup> Da in Redaktionen eine gewisse Mitarbeiter-Fluktuation durchaus üblich ist und darüber hinaus einige Mitarbeiter für verschiedene HR-Sender arbeiten, darunter eben auch tageweise für HR Info, ließ sich die exakte Mitarbeiterzahl von HR Info nicht ermitteln.

zwischen den Nachrichtenblöcken werden Hintergrundinformationen, Neues von der Börse und Servicethemen gesendet (vgl. HR Info 2012). Das Abendprogramm beginnt mit der Übertragung der ARD-Tagesschau und reicht bis 24 Uhr, danach wird die von MDR Info produzierte ARD-Infonacht übernommen (vgl. ARD Intern 2011).

## **18.2. Institutionelle Einflussfaktoren**

### **18.2.1. Hierarchien – Umfassen gesamten HR-Informationsbereich**

Bei HR Info agieren hierarchisch unterhalb des Führungsteams die Programm-CVD. Sie verantworten und koordinieren das tägliche Sendeprogramm (vgl. Jungwirth 2011, 267).

Insbesondere Reporter-Beiträge für die einzelnen Sendestrecken werden beim Desk-Information bestellt (vgl. Jungwirth 2011, 267), bei Konflikten (z.B. bei der Relevanz-Einschätzung eines Themas) entscheidet die übergeordnete Ebene - letztlich die Programmchefin (vgl. Jungwirth 2011, 268).

Ressorts im klassischen Sinne hat HR Info nicht, allerdings gibt es angesiedelt beim Desk-Information u.a. thematische Unterabteilungen wie zum Beispiel den Wiso-Desk (Wirtschaft und Soziales) sowie einzelne Redakteure, die bestimmte Themenbereiche oder -aspekte bearbeiten (vgl. Jungwirth 2011, 266; 282), die im einzelnen auch für die Planung ihrer Themenbereiche verantwortlich sind (vgl. Jungwirth 2011, 286).

Bei der Redaktion von HR Info gibt es drei Planungsstufen: Die Langfristplanung, die ein halbes Jahr im voraus auf thematische Großereignisse blickt, die Mittelfristplanung, die bis zu zwei Wochen vorausschaut und die Frühredakteure, die das Frühprogramm des Folgetages planen (vgl. Jungwirth 2011, 286).

Im Wesentlichen bekommen insbesondere die Aktuell-Reporter ihre Themen vom Desk-Information (vgl. Lübben 2011, 304f). Es gibt allerdings auch Ausnahmen. Angesiedelt direkt beim Programm HR Info ist die Story-Redaktion mit einem Reporter und die Gerichtsreporterin mit eigenem Büro am Gericht (vgl. Borufka 2011, 343). Beide entscheiden weitgehend autonom, welche

Themen sie recherchieren und wann sie liefern (vgl. Günther 2011, 319f, 321; Borufka 2011, 359).

Der Reporter der sogenannten Story-Redaktion gilt bei HR Info als ‚Head of Recherche‘ und genießt weitreichende Freiheiten, selbstständig Themen nachzugehen (vgl. Jungwirth 2011, 272). Daneben betreut dieser Reporter die wöchentliche Rubrik ‚Im Gespräch‘ (vgl. Jungwirth 2011, 275). Da es sich bei dieser Redaktionseinheit um eine Ein-Mann-Redaktion handelt, wird sie nicht als institutionalisierte Recherchedredaktion verstanden (vgl. Günther 2011, 337).

Für die Abnahme der Reporter-Beiträge gibt es ein formelles Vorgehen: Erst wenn der CvD des Desk-Information einen Beitrag als abgenommen im Sendesystem kennzeichnet, kann bzw. darf dieser Beitrag auch gesendet werden (vgl. Lübben 2011, 304). In der Regel werden nicht die Manuskripte, sondern die fertig produzierten Beiträge vom CvD des Desk-Information abgenommen (vgl. Lübben 2011, 301f). Sollte der Desk-CvD für die Abnahme eines aktuellen Beitrages keine Zeit haben, dann geht die Verantwortung auf den Wellenredakteur (also Programm-CvD) über. Überprüft werden die Rechercheergebnisse nicht, es geht in erster Linie um Plausibilität (vgl. Lübben 2011, 302).

In der Regel wird in die Recherchen der Reporter nicht eingegriffen (vgl. Jungwirth 2011, 285), allerdings kann im Konfliktfall die Entscheidungsebene die Freigabe von Reporterbeiträgen - auch von Festangestellten - im Sendesystem verhindern (vgl. Lübben 2011, 308f).

Insgesamt zeigte sich, dass bei HR Info die Hierarchieebenen weit über den Radiosender hinausreichen. Die Organisationsstruktur ist sehr komplex, meist allerdings klar erkennbar. Damit ein Reporter für das Programm von HR Info arbeitet, gibt es zwei Wege: Entweder die Planungsabteilung der Inforedaktion wendet sich an den Desk-Information oder aber der Desk-Information bietet die Umsetzung eines Themas an, dann allerdings für alle Wellen. Der Desk-Information, der hierarchisch unter dem Dach von HR Info angesiedelt ist, ist Dreh und Angelpunkt für die aktuell und semiaktuell arbeitenden Reporter. Von dort bekommen sie ihre Aufträge. Dagegen sind der Reporter der

Storyredaktion und die Gerichtsreporterin weitgehend autonom in ihren Rechercheentscheidungen, da sie entweder explizit für thematisch unspezifische Tiefenrecherchen zuständig sind beziehungsweise ein eingegrenztes Themengebiet haben. Insofern nehmen sie eine hierarchisch herausgehobene Stellung ein. Die Rechercheergebnisse der Reporter werden bei der Abnahme meist ‚nur‘ auf Plausibilität überprüft.

### **18.2.2. Budget – Geld für Recherche nach Absprache**

Im Reigen der ARD Anstalten steht auch der Hessische Rundfunk seit Jahren unter einem Sparzwang, entsprechend wird auch HR Info „*alle paar Monate mit neuen Sparerfordernissen konfrontiert*“ (Jungwirth 2011, 279).

Zwar wurde der Infosender auf Grund seiner wellenübergreifenden Informationskompetenz bislang von größeren Spardiktaten verschont, allerdings kommt es zu einer deutlichen Arbeitsverdichtung in einzelnen Redaktionsbereichen wie zum Beispiel bei den Nachrichtenschichten (vgl. Jungwirth 2011, 279f).

Die Redaktionsleitung hofft, dass der Etat in Zukunft ungefähr auf dem bisherigen Niveau bleiben wird (vgl. Jungwirth 2011, 280). Vor diesem Hintergrund sind mögliche Expansionsideen, insbesondere im Bereich Recherche, kaum umsetzbar.

*„Nein, also ausweiten können wir ja gar nichts. Also, wenn wir irgendwo was ausweiten wollen, müssen wir anderswo Ressourcen einsparen. (...) Recherche ist sicher das eine, das andere sind diese ganzen multimedialen Geschichten. Wir haben jetzt Apps für alle möglichen Smartphones, Online-Auftritt, der eigentlich noch mehr gepflegt werden müsste. Das sind so zwei große Dinge, wo ich sagen würde, da würde es sich lohnen, wenn man da mal überlegt, ob man anderswo Ressourcen einspart, um sie dahin zu tun. Aber wir haben auf keinen Fall die Möglichkeit zu sagen, da bauen wir jetzt einfach mal an“* (Jungwirth 2011, 280).

Das Budget von HR Info ist auf drei Bereiche (Programm, Desk, Nachrichten) verteilt. Rechercheanfragen werden zumeist an den Desk-Information gestellt. Zuständig ist der Ressortleiter Desk-Information,

*„der hat ein Budget übers Jahr, davon braucht er einen bestimmten Teil, um die Schichten zu besetzen, die notwendig sind, um die Bereitschaften aufrechtzuerhalten, und hat ansonsten einen Topf für Beiträge, Projekte. Ob der noch mal untergliedert ist, kann ich nicht sagen. Ich weiß aber, weil das für alle Budgets bei uns gilt, dass innerhalb eines Ressorts diese Mittel nicht gebunden sind. Wenn er sagt, gut, dann mache ich hier einen Beitrag weniger*

*und dann kann ich dafür mehr für Recherche bezahlen, ist das die Entscheidung des Ressortleiters" (Jungwirth 2011, 277).*

Insgesamt verfügt HR Info demnach über ein Budgetsystem, das Recherche auf unterschiedliche Arten honoriert.

*„Es gibt da ganz unterschiedliche Modelle bei uns im Haus. Also, es gibt Reporter, die Beitrag für Beitrag erarbeiten. Es gibt Reporter, die in Schichten disponiert sind, also bestimmte Bereitschaften, bestimmte Gebiete, die zu bestimmten Zeiten abgedeckt sind. Es gibt Reporter, die pauschaliert arbeiten (...) und es gibt auch Projekte, an denen Reporter arbeiten. (...) Für Recherchetätigkeit, bei dem Output erstmal nicht berechenbar ist. Das ist eine Einzelfallentscheidung, wenn ein Ressortleiter oder CvD sieht, da könnte wirklich was drin sein, das lohnt sich, dann kann man die Leute dafür auch bezahlen" (Jungwirth 2011, 275f).*

Abgesehen von den im Schichtsystem arbeitenden Aktuell-Reportern, die kaum Tiefenrecherchen anstellen (vgl. Lübben 2011, 296), können freie Reporter Recherchen bei der Leitungsebene beantragen. Allerdings muss sehr deutlich werden, was beziehungsweise wie viele Beiträge die Recherche wahrscheinlich ergibt.

*„Es ist Geld da für eine profunde Recherche und auch Zeit. Aber man muss glaubhaft machen dem Ressortleiter, dass da eine hohe Wahrscheinlichkeit besteht, dass da was draus wird, was man genau machen will, und der Aufwand muss überschaubar sein. Also sagen wir mal so, wenn jetzt ein Beitrag dabei rauskommt am Ende des Tages, dann wird man nicht viel mehr als einen Recherchetag dafür rechtfertigen können. Wenn absehbar wird, dass ein ganzes Thema angerissen wird, dann kann man da auch mehr rein investieren. Aber das läuft über die Ressortleitung" (Lübben 2011, 296).*

Der Reporter der Storyredaktion hat ebenfalls einen Etat für Recherchen, insbesondere auch für Recherchereisen. Allerdings agiert auch er in Absprache mit der Leitungsebene.

*„Ich arbeite, was mein Zeitmanagement angeht, relativ selbstbestimmt. Das heißt, ich habe eigentlich keinen Zeitdruck, wenn wir uns entscheiden für eine bestimmte Recherche. Wie gesagt, das ist dann nicht nur eine alleinige Entscheidung von mir, sondern das ist dann auch eine Entscheidung, wo unsere Langfristplaner, in den allermeisten Fällen auch sehr direkt unsere Wellenführung eingebunden ist, weil es halt nun mal auch eine Frage ist, ob man bereit ist, für eine Recherche, die halt 6, 8, 12, teilweise 3-4 Monate dauert, ob man da sagt, ja da stecken wir so viel Arbeit und Geld rein. Da, denke ich, da ist es auch ganz wichtig, dass da die Welle und die Führungsstrukturen mit eingebunden sind. (...) Und ich habe bislang auch Geld für Recherchen. (...) Aber bislang habe ich noch keinen Fall gehabt, wo ich bei meinen Recherchen nachhaltig oder wirklich substanziell behindert oder gehindert war dadurch, dass ich bestimmte Fahrten oder Recherchereisen nicht machen konnte" (Günther 2011, 321).*

Ob die Ausgaben für Recherche in einem günstigen Aufwand-Nutzen-Verhältnis stehen, überprüft eine Controlling-Abteilung. *„Wir haben Controller, die gucken, wie viel Geld wir hier für was ausgeben“* (Lübben 2011, 306).

Insgesamt zeigte sich, dass es bei HR Info sowohl für festangestellte Reporter als auch für feste freie Reporter die Möglichkeit gibt, Recherchen (und nicht zwingend ein Output) honoriert zu bekommen. Entschieden wird auf Leitungsebene. Das gilt auch für den festangestellten Reporter der Storyredaktion, der ein Budget für aufwendigere Recherchen (und die gelegentlich damit verbundenen Reisen) hat. Grundsätzlich wird allerdings schon darauf geachtet, dass die Recherchen der Reporter in einem für den Sender günstigen Aufwand-Ertrags-Verhältnis stehen, insbesondere auch vor dem Hintergrund eines offenbar deutlichen Controllings im HR.

### **18.2.3. Personal – Verantwortungsvolle dezentrale Organisation**

Für die drei Bereiche von HR Info arbeiten insgesamt ca. 200 Mitarbeiter, davon rund 50 Mitarbeiter direkt in der Redaktion von HR Info. Insgesamt sind weniger als 70 Mitarbeiter festangestellte Redakteure (vgl. Jungwirth 2011, 269). Das Geschlechterverhältnis ist nach Aussage der Redaktionsleitung relativ ausgewogen mit einem leichten ‚Frauenüberhang‘ im Reporterbereich.

*„Gerade bei den Reportern kann es auch sein, dass es mehr sind. (...) Also das ist eine von unseren Einstiegsstationen sozusagen, und die Erfahrungen und auch die Statistik überall zeigen, dass in qualifizierten Berufen auf der unteren Ebenen ganz viele Frauen sind und nach oben wird es immer dünner. Und es gibt ganz viele Reporterinnen, viele junge Reporterinnen auch“* (Jungwirth 2011, 270).

Für die Personalplanung sind die Bereichsleiter zuständig. Sie treffen mit ihren Mitarbeitern jährlich Absprachen über ihren Beschäftigungsumfang. Insofern kann es – gerade in den Urlaubsmonaten – punktuell zu Engpässen bei der Besetzung von Schichten kommen (vgl. Jungwirth 2011, 271).

*„Nein, man plant das natürlich so, dass man einen Puffer hat. Das muss man ja im aktuellen Geschäft haben. Manchmal ist der Puffer auch der, das Freie dann nicht 5 Tage in der Woche, sondern 7 Tage in der Woche arbeiten und manche das dann auch gut finden, weil sie viel verdienen, und andere stöhnen“* (Jungwirth 2011, 272).

Allein zur Aufrechterhaltung der Funktionsschichten, benötigt HR Info relativ viele Mitarbeiter.

*„Ach der CvD Pool. Wie groß ist der? Ich würde jetzt mal schätzen, dass sind so 10 bis 12 Leute. Aktuell. Ich rede nicht von der Planung, da kommt dann noch mal ein Schwung dazu. Und auch nicht von Wiso. (...) Ja, es sind 21 Schichten pro Woche zu besetzen mit 12 Leuten“ (Lübben 2011, 295).*

Insofern müssen die festangestellten Redakteure, insbesondere die Reporter, damit rechnen, um die Übernahme von Extraschichten gebeten zu werden.

*„Aber um das mal gefühlsmäßig zu quantifizieren vielleicht zwei Mal im Monat. (...) Nach meinem Verständnis ist das nicht viel. Wir arbeiten aktuell rund um die Uhr. Und da ich als Reporter arbeite, ist es für mich nichts Ungewöhnliches, angerufen zu werden vom Desk, da ist was, berichte mal“ (Lübben 2011, 295).*

Während die Gerichtsreporterin im Krankheitsfall eine Vertretung hat (vgl. Borufka 2011, 340), ist die Story-Redaktion eine Ein-Mann-Redaktion, die bei Krankheit oder Urlaub nicht besetzt wird (vgl. Günther 2011, 320).

Im Falle einer Team-Recherche kann der Redakteur der Story-Redaktion zwar bestimmen, welche Reporter er dabei haben möchte, allerdings müssen sie von den jeweiligen Bereichsleitern freigestellt werden (vgl. Günther 2011, 327).

#### **18.2.4. Teamarbeit – Im Rahmen (formell und informell) möglich**

Die Befragung ergab, dass Recherchearbeit bei HR Info zwar in aller Regel eine Einzelleistung ist (vgl. Lübben 2011, 307), allerdings gibt es (im Rahmen) projektbezogene Teamrecherchen.

Für solche Teamrecherchen werden entweder bei zum Beispiel aktueller Lage mehrere Reporter mit der (schnellen und breiten) Bearbeitung (und dementsprechend Recherche) eines Themas beauftragt, was zumeist auf Ebene der Bereichsleiter entschieden wird (vgl. Lübben 2011, 307f), oder der Redakteur der Story-Redaktion stellt ein Reporter-Team zusammen, das – nach Absprache mit der Redaktionsleitung – eine längerfristige profunde (evtl. auch investigative) Recherche durchführt (vgl. Günther 2011, 326f).

*„Also, wenn wir so ein Rechercheteam bilden, versuche ich - sage ich auch ganz klar - dass ich hier in dieser Funktion auch als Festangestellter - so eine Art Link bin. Also, ich bin dann dafür verantwortlich, dass es zwischen den einzelnen Teammitgliedern einen Austausch gibt. Ich bin auch dafür verantwortlich, dass alle Beteiligten in etwa wissen, wo jeweils die andern sind in ihrer Recherche. Ich bin auch zuständig für den Kontakt zwischen Rechercheteam und Welle, also wie weit sind wir mit unserer Recherche? Welche Formen der Umsetzungen gibt es? Gibt es noch Aspekte, die die Welle in den Recherchen berücksichtigt haben will?“ (Günther 2011, 328).*



Darüber hinaus wird insbesondere bei anspruchsvollen bis profunden Recherchen seitens der Story-Redaktion auf eine enge Zusammenarbeit mit dem Programm-Layout Wert gelegt.

*„Und deshalb arbeiten wir für unsere exklusiven oder auch eigenen Geschichten mit dem Layout zusammen, um das dann auch auf der Welle hörbar zu machen. Es soll sich dann auch schon beim Hören unterscheiden von unserem normalen Programm. Wir wollen die Sachen herausheben. Diese Zusammenarbeit mit mehreren Reportern, diese enge Zusammenarbeit mit dem Layout haben wir jetzt bei verschiedenen Projekten umgesetzt. Und es ist eigentlich das typische Merkmal der Arbeit dieser Story-Redaktion“ (Günther 2011, 327).*

Durch die Redaktionsorganisation von HR Info mit u.a. dem Bereich Desk-Information kommt es zwangsläufig zu einer wellenübergreifenden Zusammenarbeit (und damit natürlich auch zu Synergieeffekten).

*„Das Prinzip ist, dass Themen immer über den aktuellen Desk gespielt werden, und das hat Gründe, die in Synergieeffekten für das Haus liegen, weil jedes Thema, das bei HR Info auf den Tisch kommt, auch für andere interessant sein könnte, genauso wie umgekehrt. Wenn HR 1 ein Thema sieht und beim Desk anfragt, ob dieser Reporter losgeht, dann kann dieser Reporter über dieses Thema auch in anderen Wellen berichten“ (Jungwirth 2011, 267f).*

Daneben kommt es gelegentlich zu informeller Zusammenarbeit auf Operationsebene.

*„(...) also, ich habe den Anruf gekriegt eines Kollegen, der ist hier fest angestellt. Der arbeitet zusammen mit einem Korrespondenten in Afrika. Die sind auf so eine Korruptionsgeschichte gestoßen, damit kommt er dann wieder zu mir. Dann rufen die mich an und sagen, kannst du uns dazuliefern? Und das läuft total gut. Und das geht über Wochen dann. (...) Das ergibt sich aus den Themenzuständigkeiten“ (Borufka 2011, 346).*

#### **18.2.5. Rechercheertrag – Outputorientiert, Ausnahmen möglich**

Soweit sich das nach den Befragungen bestimmen lässt, wird bei HR Info outputorientiert gearbeitet. Auch anspruchsvolle Recherchen, die bei den Bereichsleitern angemeldet werden müssen, werden zunächst unter diesem Aspekt gewürdigt.

*„Aber man muss glaubhaft machen dem Ressortleiter, dass da eine hohe Wahrscheinlichkeit besteht, dass da was draus wird, was man genau machen will, und der Aufwand muss überschaubar sein. Also sagen wir mal so, wenn jetzt ein Beitrag dabei rauskommt am Ende des Tages, dann wird man nicht viel mehr als einen Recherchetag dafür rechtfertigen können“ (Lübben 2011, 296).*

Demnach ist es aber möglich, bei entsprechender Argumentation mehr Zeit für eine anspruchsvolle bis profunde Rechercharbeit eingeräumt zu bekommen. Außerdem scheint das Honorarsystem bei HR Info Recherchehonorare vorzusehen.

*„Wenn ein Reporter zu seinem Ressortleiter kommt und sagt: „Ich ahne da ein Thema und würde gerne, ich habe das und das an Anhaltspunkten, dass das auch was sein könnte und ich müsste da mal länger recherchieren“, gibt es auch die Möglichkeit, tagespauschal oder dergleichen zu vereinbaren, für Recherchetätigkeit bei dem Output erstmal nicht berechenbar ist. Das ist eine Einzelfallentscheidung, wenn ein Ressortleiter oder CvD sieht, da könnte wirklich was drin sein, das lohnt sich, dann kann man die Leute dafür auch bezahlen“ (Jungwirth 2011, 276).*

Allerdings sind sowohl bei festen freien als auch bei festangestellten Reportern längerfristige Recherchen die absolute Ausnahme.

*„Also vier Wochen, das habe ich noch nicht erlebt. Das ist eine Dimension, die wir nicht erreichen. Wir reden hier über mehrere Tage. 1, 2, 3 Tage mal. Ganz selten, aber das ist ganz selten, also das ist die absolute Ausnahme, da ist jemand für ein Thema ins Ausland gefahren, aber das habe ich in meiner ganzen Zeit sehr selten nur erlebt für eine Recherche. Also da ist schon eine Grenze. Also auch nur eine ganze Woche nur Recherchieren, kann ich mich an keinen Fall erinnern“ (Lübben 2011, 297f).*

Vor diesem Hintergrund geht die Redaktionsleitung davon aus, dass im Dienstplan disponierte Redakteure (insbesondere auch Feste-Freie) während ihrer Arbeitszeit Themen nebenbei recherchieren oder zum Beispiel Kontakte pflegen. Das wird als informelle Investition verstanden, die sich (möglicherweise) amortisiert.

*„Andererseits ist es aber für einen Reporter auch eine Investition, wenn er seine Kontakte pflegt und mit seinem Gebiet oder seinem Thema gut aufgestellt ist. Dann wird er auch Output haben können bei uns im Programm, der denn auch über einen Beitrag hinausgeht. Dann macht man mal größere Projekte, Serien, dies und das, wo man dann auch einkommensmäßig mal über größere Summen redet“ (Jungwirth 2011, 283).*

Der Reporter der Story-Redaktion muss keinen täglichen Beitrags-Output generieren, allerdings ist er für die wöchentliche Sendung ‚Im Gespräch‘ verantwortlich, für die ein 30-minütiges Interview zu führen ist (vgl. Jungwirth 2011, 275; Günther 2011, 320). Daneben ist seine Hauptaufgabe *„exklusive Themen, oder sagen wir mal, eigene Inhalte zu recherchieren und ins Programm zu bringen“* (Günther 2011, 319f), für die es keinen expliziten Sendeplatz gibt (vgl. Günther 2011, 322). Entsprechend besteht auch nicht die Notwendigkeit, täglich oder wöchentlich einen Beitrag zu liefern. Für seine

Recherchen hat der Reporter der Story-Redaktion also durchaus Zeit zur Verfügung und bekommt auch von der Redaktionsleitung keine zeitlichen Vorgaben.

*„Aber tatsächlich ist es so, dass ich für die Recherchen, die ich habe, eigentlich nur einen selbst gesetzten Zeitdruck habe. Also, wir möchten zu einem bestimmten Anlass, zu einem bestimmten Termin fertig sein“ (Günther 2011, 321).*

Der finanzielle Aufwand für diese ‚exklusiven‘ Recherchen wird mit der Redaktionsleitung abgesprochen. Geld für Recherchereisen wird offenbar ebenfalls bereitgestellt.

*„Es ist innerdeutsch überhaupt kein Problem. Es ist bislang nicht mal ein Problem gewesen, wenn ich gesagt habe, wir machen eine bestimmte Recherche zu zweit, oder wir machen ein bestimmtes Projekt zu zweit und ich habe dann gesagt, wir wollen dann auch zu zweit reisen. Auch das geht. (...) Europäisch auch kein Problem, wenn ich es begründen kann. Problem ist außer-europäisch. Da müsste ich dann einfach die Notwendigkeit einer Reise schriftlich darlegen, mindestens. Und da stellt sich dann berechtigterweise für mich die Frage, na ja gut, wir haben Korrespondenten, kann man nicht bestimmte Recherchen nicht auch in Kooperation mit den Korrespondenten, die wir im Ausland haben, umsetzen? Aber europäische Reisen waren bisher kein Problem“ (Günther 2011, 330).*

Auch die Gerichtsreporterin hat zwar keinen definierten Output zu liefern, *„aber ich mache eigentlich im Schnitt einen Beitrag am Tag“* (Borufka 2011, 340). Insgesamt muss sie gewährleisten, dass Sie den Überblick über ihr Themengebiet hat, Kontakte knüpft und bei Bedarf sofort berichterstaten kann (vgl. Borufka 2011, 340). Sie ist bei ihren Recherchen zeitsouverän (vgl. Borufka 2011, 357) und kann in Ausnahmefällen auch Recherchereisen unternehmen (vgl. Borufka 2011, 347).

#### **18.2.6. Autonomie – Starke Stellung von HR Info im HR**

Der Hessische Rundfunk als Einländeranstalt hat keine Landesfunkhäuser, sondern Landesstudios, die verschiedenen Wellen zugeordnet sind. Außerdem werden die Reporter zentral vom Desk-Information gesteuert (vgl. HR 2012; Jungwirth 2011, 265f). Das heißt, da der Desk-Information organisatorisch zu HR Info gehört, gibt es im Konfliktfall- zum Beispiel bei der Bestellung von Beiträgen in Landesstudios – eine hierarchische Durchgriffsmöglichkeit der Infowelle (vgl. Jungwirth 2011, 267f).

Allerdings kommt es trotz dieser Organisationskonstruktion im Alltagsgeschäft immer wieder zu Spannungen zwischen Redaktion und Korrespondenten vor Ort, die sich nicht immer auf der Arbeitsebene lösen lassen, auch wenn das angestrebt wird (vgl. Jungwirth 2011, 268).

Insgesamt ist der Desk-Information relativ autonom in seinen Entscheidungen, da über diesen Bereich alle Beitragswünsche der HR-Hörfunkwellen koordiniert werden. Insofern können dort weitreichende Entscheidungen in Bezug auf Rechercheanfragen getroffen werden (Vgl. Lübben 2011, 294). Auch über den formellen Akt der Freigabe von Beiträgen nach der Abnahme haben die CvD der einzelnen Bereiche am Desk-Information autonome Entscheidungsmöglichkeiten, das gilt auf Grund der Funktion auch gegenüber festangestellten Kollegen (vgl. Lübben 2011, 308f).

Die Gerichtsreporterin sowie der Reporter der Story-Redaktion sind weitgehend autonom in ihren Rechercheentscheidungen.

*„Der ist fest angestellt, und den haben wir wirklich zu unserem Head of Recherche gemacht, der die Story-Redaktion betraut, damit exklusive Recherche, langfristige Recherchevorhaben auch irgendwo angedockt sind, sodass der selber große Freiheiten hat, Themen nachzugehen, aber auch mit Kollegen zusammenarbeiten kann und Fäden in der Hand behalten, koordinieren“ (Jungwirth 2011, 272).*

*„Meine Kompetenzen in dem Zusammenhang sind, dass ich tatsächlich eigenständig Themen suchen kann, dass ich in der Umsetzung der Themen relativ frei bin“ (Günther 2011, 319).*

Nach Aussage aller Interviewpartner wird in Recherchen der Reporter nicht inhaltlich eingegriffen. Allerdings wird schon darauf geachtet, dass die Recherchen zu einem Output führen.

*„Mir sind keine Fälle bekannt, wo man einen Reporter gestoppt hätte und sagt, da lass mal die Finger von oder so“ (Jungwirth 2011, 285).*

*„Wenn ich das Gefühl habe, er läuft ins Leere. Er ist auf einem falschen Weg, und er ist auf einem Weg, der vor allen Dingen am Ende kein Ergebnis zeigt“ (Lübben 2011, 308f).*

*„Ich habe es noch nicht erlebt, dass mir irgendjemand gesagt hat, dass ich in einer bestimmten Recherche bestimmte Inhalte auch rausfinden soll und andere nicht rausfinden darf“ (Günther 2011, 329f).*

*„Nö. Ich habe das bisher noch nicht so erlebt. (...) Nein, da hat mich bisher nie jemand gebremst“ (Borufka 2011, 349).*

Die Befragungen ergaben weiter, dass die Nachrichten-Redaktion weitgehend autonom über die Platzierung von eigenrecherchierten Geschichten entscheiden kann.

*„Also meine persönliche Erfahrung stammt vor allem aus der Nachrichtenredaktion, wo es, glaube ich, besonders ausgeprägt ist. Da hatten wir lange das Problem, dass Kollegen da saßen, die Nachrichten gemacht haben und den Agenturen mehr geglaubt haben als den eigenen Kollegen, die daher kamen und sagten "Ich habe das recherchiert"“ (Jungwirth 2011, 274f).*

*„Ich würde mal sagen, aus meiner Sicht wird das Thema Recherche noch relativ stiefmütterlich in der Welle behandelt. (...) Wir machen durchaus, und die Erfahrung gilt nicht nur für mich hier im Haus, auch die Erfahrung, dass eigene Recherchen im Haus es durchaus schwerer haben als zum Beispiel die Recherche, die die Zeitung macht. Also, wir erleben es hier ganz oft bei uns in den Nachrichten. Also, ich denke, dass es im Hörfunk der ARD grundsätzlich ein Problem ist, dass es eine Meldung aus der Süddeutschen Zeitung oder der Frankfurter Rundschau oder der Welt vergleichsweise einfach hat, in die Nachrichten zu kommen, aber bei einer eigenen Recherche 3,4 Mal hinterfragt wird“ (Günther 2011, 322f).*

### **18.2.7. Kommunikation – Institutionalisiertes Feedback für Alle**

Soweit sich das aus den Befragungen (und ohne Beobachtung) ermitteln lässt, verläuft die Kommunikation über Beiträge zumeist über den Desk-Information. Da die Abnahme der Beiträge standardisiert ist (siehe Kapitel 18.2.1.), findet Kommunikation über z.B. Rechercheergebnisse eher auf informeller Ebene statt.

*„Und wenn es schwierig wird, da mache ich das schon. Wie bei den Hells Angels. Da war es eher so, ich habe so viel am Ende gewusst, ich hatte dann fast das Problem zu sortieren. Und da habe ich halt einen guten Chef für. Den kann ich fragen, und der macht das dann mit mir zusammen. Der setzt sich mit mir zusammen, das geht am Telefon oder sonst wie und der sortiert das mit mir. Den lasse ich auch meine Beiträge vorher gegenlesen“ (Borufka 2011, 351).*

Bei Rechercheteams fungiert der Reporter der Story-Redaktion als Kommunikationskoordinator, auch gegenüber der Redaktion.

*„Also, wenn wir so ein Rechercheteam bilden, versuche ich - sage ich auch ganz klar - dass ich hier in dieser Funktion auch als festangestellter - so eine Art Link bin. Also ich bin dann dafür verantwortlich, dass es zwischen den einzelnen Teammitgliedern einen Austausch gibt. Ich bin auch dafür verantwortlich, dass alle Beteiligten in etwa wissen, wo jeweils die andern sind in ihrer Recherche. Ich bin auch zuständig für den Kontakt zwischen Rechercheteam und Welle, also wie weit sind wir mit unserer Recherche? Welche Formen der Umsetzungen gibt es? Gibt es noch Aspekte, die die Welle in den Recherchen berücksichtigt haben will? Was braucht das Layout? Was braucht*

*unsere Online-Redaktion, damit sie sich z. B. auf den Sendetermin vorbereiten kann?" (Günther 2011, 328).*

Bei HR Info gibt es eine ausgeprägte Feedback-Kultur, teilweise institutionalisiert, teilweise auf informeller Ebene.

*„Hier gibt es z. B. eine Feedback-Kultur, die finde ich gut. Hier wird nach sehr strengen Regeln Feedback angeboten, und das gefällt mir ausgesprochen gut" (Borufka 2011, 344).*

Inbesondere exklusive Recherchen werden von der Leitungsebene gelobt. Darüber hinaus gibt es auf der täglichen Redaktionskonferenz eine Programmkritik, die im wöchentlichen Wechsel von einem Mitglied der Leitungsebene gemacht wird, unter anderem mit Hörbeispielen (vgl. Jungwirth 2011, 284).

*„Feedback-Kultur haben wir in allen drei Bereichen, die wir hier haben, sehr ausgeprägt, und bei den Reportern gerade ganz besonders ausgeprägt, also in diversen Formen. Wir haben auch hier im Haus so was wie, das nennt sich Monitoring-Redaktion, in Zusammenarbeit mit denen machen wir viel. Also, Einzel-Feedback und Feedback-Veranstaltung nach standardisierten Verfahren, sodass das Feedback auch angenommen werden kann" (Jungwirth 2011, 282).*

Insgesamt zeigte sich, dass es bei HR Info mehrere Ebenen der Kommunikation gibt. Zum einen gibt es die Ebene der alltäglichen Redaktionskommunikation über zum Beispiel Themen, Beiträge oder Recherchen, die eher auf informeller Ebene stattfindet. Zum anderen gibt es die Ebene der institutionalisierten Programmkritik auf den Redaktionskonferenzen mit klar definierten Zuständigkeiten und einer formalisierten Kritikstruktur (Hörbeispiel). Außerhalb von HR Info gibt die institutionalisierte Monitoring-Redaktion des Hessischen Rundfunks nach strengen Regeln Einzel- bzw. Gruppen-Feedbacks, so dass auch Bereiche wie Nachrichten oder Planung regelmäßig mit Lob und Kritik bedacht werden. So kann verhindert werden, dass einzelne Bereiche wie zum Beispiel die Story-Redaktion mit ihren Exklusiv-Geschichten besonders deutlich gewürdigt werden, andere Bereiche hingegen ein kritik- und bedeutungsloses Schattendasein führen. Inwieweit dieser theoretische Ansatz tatsächlich umgesetzt wird, ließ sich durch die Befragung nicht ermitteln.

### 18.3. Politische Einflussfaktoren

#### 18.3.1. Senderselbstverständnis – Infosender mit Regional-Recherchen

Der Hessische Rundfunk verfolgt im Hörfunkbereich mit seinen sechs verschiedenen Radiosendern eine sogenannte Flottenstrategie. Damit ist gemeint, dass nicht die einzelnen Hörfunkwellen des HR der privaten Konkurrenz gegenüberreten, sondern die Rundfunkanstalt als Ganzes. Gelingen soll das mit Radiosendern, die unterschiedliche Zielgruppen bedienen (bei den Musiksendern) oder unterschiedliche Funktionen erfüllen wie zum Beispiel die Informationskompetenz bei HR Info (vgl. Jungwirth 2011, 264f).

Im Zuge dieser Flottenstrategie orientiert sich der Hessische Rundfunk - auch bei HR Info - sehr stark an regionaler Berichterstattung.

*„Wir müssen eigentlich, und jetzt wird es philosophisch, Gemeinschaft herstellen, der eine Atmosphäre der Gleichgestimmtheit gemein ist. Wir machen unsere Hörer eigentlich zu Hessen. In dem Moment, indem sie uns hören, fühlen sie sich als Hessen. Weil wir ständig von Hessen reden, wir sprechen die Leute, die uns hören als Hessen an, ganz stark je nach Welle. (...) So werde ich zu einem Hessen. Das projiziert der HR in die Köpfe der Leute. Das steht, glaube ich, nicht so im Gesetz so drin, aber das ist, was der HR macht und das ist, glaube ich, (...) die eigentliche Raison d'être dieser Rundfunkanstalt" (Lübben 2011, 311).*

Bei der Befragung wurde sehr deutlich, dass sich HR Info nicht als klassisches Nachrichtenradio definiert.

*„Es ist uns ganz wichtig für unser Programmprofil, wie ich am Anfang gesagt habe, dass wir nicht Nachrichtenradio sein wollen, sondern mehr bieten, und dazu gehört auch, dass wir exklusive Inhalte bieten, und dass wir als HR Info den Hörern was bieten, was sie sonst nirgendwo anders bekommen. Und das können verschiedene Dinge sein, und ein wichtiger Baustein davon sind exklusive Informationen, die wir selbst recherchiert haben, die unsere Reporter an Land gezogen haben" (Jungwirth 2011, 274).*

Um auch bei allen Mitarbeitern dieses Senderselbstverständnis zu verdeutlichen, gibt es bei HR Info Leitsätze wie:

*„HR Info nützt dem Hörer. (...) Das ist der eine große Punkt, dass wir dem Hörer nützen, indem wir ihn auf dem Laufenden halten. Das sind so die Häppchen, die Aktualität. Und das andere ist, dass wir eben Orientierung geben. Und der Nutzen für den Hörer muss sein, dass er mitreden kann, dass er erfährt, was los ist, dass er das einordnen kann und damit in der Lage ist, sich in demokratischen Prozessen zu beteiligen" (Jungwirth 2011, 287).*

Neben den klassischen Nachrichten und der Hintergrundberichterstattung setzt die Redaktionsleitung – wie bereits angedeutet – auf exklusive Geschichten, die in erster Linie von der sogenannten Story-Redaktion geliefert werden sollen.

*„Das sind auch investigative Recherchen. Das sind nicht vornehmlich investigative Recherchen. Ich würde, was ich mache, hauptsächlich als Hintergrundrecherche bezeichnen. Wir machen aber auch investigative Recherchen“ (Günther 2011, 321f).*

*„Es ist, denke ich, so nehme ich es wahr, auch Hauspolitik, exklusive Themen zu setzen. Und die müssen ja irgendwo herkommen. Von daher wird das schon honoriert, wenn man ein Thema recherchiert und ein exklusives Thema generiert“ (Lübben 2011, 296).*

Die Befragung ergab, dass der Vertreter der Entscheidungsebene mit dem Aufkommen an exklusiven Geschichten durchaus zufrieden war (vgl. Lübben 2011, 316), die Vertreterin der Leitungsebene sich aber noch mehr exklusive Geschichten wünscht.

*„Also vom Ergebnis her würde ich sagen, fehlt es, dass wir noch häufiger mal so einen richtigen Knaller haben. (...) Trotzdem denke ich, lassen diese Grenzen noch Raum für ein bisschen mehr als wir jetzt haben“ (Jungwirth 2011, 290).*

Vor diesem Hintergrund scheint die Wertigkeit von exklusiven Geschichten und der damit verbundenen anspruchsvollen bis profunden Recherchearbeit für HR Info außer Frage zu stehen. Kritisiert wird allerdings, dass sich die Sinnvermittlung der Bedeutung von Recherche für HR Info offenbar nur schwer umsetzen lässt.

*„Dass es ein Effekt ist, den man immer wieder hat, dass, was aus dem eigenen Haus kommt, gerne erstmal gering geschätzt wird. Also meine persönliche Erfahrung stammt vor allem aus der Nachrichtenredaktion, wo es, glaube ich, besonders ausgeprägt ist. Da hatten wir lange das Problem, dass Kollegen da saßen, die Nachrichten gemacht haben und den Agenturen mehr geglaubt haben als den eigenen Kollegen, die daher kamen und sagten "Ich habe das recherchiert". Da haben wir jahrelang im Kern die Arbeit geleistet und immer wieder diese Dinge besprochen und immer wieder den Kollegen gesagt, das ist ein Wert, wenn wir Kollegen haben, die was recherchieren und denen glauben wir auch. (...) Das sind Diskussionen, die wir immer und immer wieder geführt haben, und das trägt Früchte. Und das ist, glaube ich, heute auch so, dass die Kollegen da sehr aufmerksam sind im Programm und sagen, wenn einer von unseren eigenen Reportern hier kommt und hat was, dann platzieren wir das prominent, dann machen wir ggf. auch gern eine Pressemitteilung draus, dann begleiten wir das auch in der Moderation und im Layout und mit Teasing und Wiederholungen, damit es entsprechend auch Gehör findet. (Jungwirth 2011, 274f).*



*„Ich würde mal sagen, aus meiner Sicht wird das Thema Recherche noch relativ stiefmütterlich in der Welle behandelt. Diese Info-Wellen sind halt, das gilt ja wahrscheinlich nicht nur für die Infowelle des Hessischen Rundfunks, sehr stark geprägt durch Aktualität und sehr stark durch Informationsmenge. Und ich würde mal sagen, dass bei den meisten Redakteuren hier das Gefühl, wir müssen Aktualität reproduzieren, wir müssen Aktualität bieten, dass das immer noch höher gewertet wird als eigene Recherchen. Wir machen durchaus, und die Erfahrung gilt nicht nur für mich hier im Haus, auch die Erfahrung, dass eigene Recherchen im Haus es durchaus schwerer haben als zum Beispiel die Recherche, die die Zeitung macht. Also, wir erleben es hier ganz oft bei uns in den Nachrichten“ (Günther 2011, 322).*

Zwar wurde ein Verfahren institutionalisiert, wie mit exklusiven Recherchege-  
schichten bei HR Info umzugehen ist (vgl. Jungwirth 2011, 282),  
allerdings wird von der Leitungsebene eine noch deutlichere Kommunikation  
über den Mehrwert von journalistischer Recherche für HR Info insgesamt er-  
wartet.

*„Ich denke z. B., dass Wellenchefs oder Chefredakteure oder auch die zu-  
ständigen Programmacher schlicht und ergreifend einfach mehr werben  
müssen, auch durchaus auch mal offensiv werben müssen für eigene Recher-  
chen, auch Platz schaffen müssen“ (Günther 2011, 323).*

### **18.3.2. Rollenselbstverständnis – Informationsvermittler mit Wäch- terrolle**

Insgesamt ergaben die Leitfadenterviews, dass sich die Befragten ihrem  
Selbstverständnis nach zwar als informierende Vermittler sehen, allerdings  
mit sehr deutlich erkennbarer Tendenz zum interpretativen Journalismus.

*„Aber (...) mein persönlicher journalistischer Impetus ist ja, dass ich Dinge  
öffentlich machen will, von denen nicht jeder die Gelegenheit hat, sie zu se-  
hen, zu erfahren, so. Also aufklärerisch im klassischen Sinne, im philosophi-  
schen Sinne eher so zu wirken, Dinge an die Öffentlichkeit zu bringen, damit  
andere Leute auch die Gelegenheit haben, sich auch Meinungen zu bilden  
und hinter die Fassaden zu schauen“ (Jungwirth 2011, 288).*

*„Mein Selbstverständnis beinhaltet vor allen Dingen zwei Herausforderungen,  
die ich sehe als Journalist, ist eben jetzt vor allen Dingen, Menschen Infor-  
mationen zugänglich zu machen, die sie selbst aus diesem unendlichen In-  
formationsangebot niemals bekommen oder sich selbst suchen würden. (...) Das Andere ist, ich versuche, die Komplexitätsfalle zu überwinden“ (Lübben  
2011, 312).*

*„Also mich interessieren Geschichten, vor allem Geschichten, wo man hinter  
die Kulissen guckt, wo Missstände aufgedeckt werden, aber wo man einfach  
hinter die Fassade gucken kann. Deshalb beschäftigen wir uns hier haupt-  
sächlich mit Hintergrund-Recherchen. (...) Das finde ich, was mich persönlich  
interessiert, und wo ich auch persönlich eine sehr wichtige Aufgabe von Jour-  
nalismus sehe“ (Günther 2011, 333f).*

Wie aus dem vorangehenden Zitat schon deutlich wird, ist bei HR Info ein Rollenselbstverständnis anzutreffen, das sich stark an der gesellschaftspolitischen Kritik- und Kontrollfunktion des Journalismus orientiert.

*„Ich brauche Ihnen nicht zu sagen, dass Artikel 5 Grundgesetz die Pressefreiheit beinhaltet usw., das ist alles klar. Das sind die Voraussetzungen, unter denen wir arbeiten. Aber das alles hat ja seinen Grund. Welcher Geist steckt dahinter? Der Geist steckt dahinter, dass Journalismus Kontrollfunktion einerseits ausübt den Kräften in der Gesellschaft gegenüber, den Institutionen gegenüber, denen man sonst als einzelner machtlos gegenübersteht, trotz Informationsfreiheitsgesetz oder irgendetwas“ (Lübben 2011, 310).*

*„Ich halte Journalismus für unabdingbar oder für essenziell in der Demokratie, schon allein, weil er eine Wächterfunktion hat, weil er Missstände aufdeckt und Missstände aufdecken soll, weil er politische Entscheidungen transparent macht, nachvollziehbar macht. Das sind für mich zwei ganz wesentliche Punkte, weshalb ich unabhängigen Journalismus für essenziell halte“ (Günther 2011, 332f).*

Sehr deutlich wurde bei den Befragungen, dass es bei dem beruflichen Selbstverständnis der Interviewten nicht nur um Inhalte, sondern auch um deren Verpackung geht. Das unterhaltende Element spielte für ihr Verständnis von Journalismus eine gewichtige Rolle.

*„Wir haben aber auch einen Unterhaltungsauftrag, den haben wir. Steht drin. Und nach meinem Empfinden ist das ein Querschnittsauftrag, der Unterhaltungsauftrag. Es ist auch ein Auftrag an uns Medien, vielleicht Interessantes, was an sich schwierig ist, auf eine Weise darzubieten, die man als unterhaltend empfinden kann. Das müssen wir leisten“ (Lübben 2011, 310).*

*„Ja, wir erzählen Krimis aus dem Gerichtssaal. Aber wir haben eine total wichtige Aufgabe für diesen Staat, für diese Demokratie, finde ich, weil die allerwenigsten Menschen wissen, wie ein Rechtsstaat funktioniert. (...) Und da sind wir gefragt, finde ich. Das ist die hohe Kunst in diesem Job, dass man diese Krimis, die man gerne erzählen darf, man darf es ja in Geschichten verpacken, ein bisschen den Leuten klar macht, warum es doch in Ordnung ist, wie sich das hier mal kluge Menschen überlegt haben“ (Borufka 2011, 352f).*

*„Ich möchte aber auch, dass Inhalte oder Recherchen, die ich mache, gehört werden. Und ich will damit ziemlich viele Leute erreichen. Ich will einen populären Journalismus machen. (...) Wie kriegen wir Leute dazu, dass sie das spannend finden und dass sie unsere Recherchen hören. Und da räume ich auch ein, gehen wir manchmal auch in eine Richtung, wo ich sage, ja wir versuchen auch, unsere Sachen reißerisch zu machen. Also wir überlegen uns schon, wo ist die Grenze“ (Günther 2011, 333f).*

Insgesamt zeigte sich, dass das Rollenselbstverständnis der Befragten von HR Info zwar durchaus geprägt ist vom klassischen Informationsjournalismus, allerdings mit sehr deutlicher Tendenz zum interpretativen Journalis-

mus, der neben den Fakten auch die Zusammenhänge erkennbar machen will (vgl. Weischenberg 1995, 115). Die Kritik- und die Kontrollfunktion des Journalismus werden (auch) als individuelle Aufgabe verstanden. Deutlich wurde, dass bei HR Info durchaus Wert auf die Aufbereitung von Information gelegt wird, insbesondere die exklusiven Recherche geschichten werden unterhaltsam – teilweise sogar reißerisch – aufbereitet.

### **18.3.3. Öffentlich-rechtlicher Auftrag – Wichtig; Kritik am Sattsein**

Insgesamt ergaben die Leitfadeninterviews, dass der öffentlich-rechtliche Auftrag für jeden Befragten grundsätzlich als wichtig und von großer Bedeutung angesehen wird.

*„Also, insofern stehe ich hinter diesem Auftrag. Das sage ich jetzt wirklich reinen Gewissens und finde den Öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine gute Institution und notwendige Institution, eine, für die es sich zu arbeiten lohnt. Ist für mich eine der Säulen dieser Republik. Da stehe ich voll dahinter“ (Lübben 2011, 313).*

*„Ich glaube, so was wie mich kann es eigentlich nur im öffentlich-rechtlichen Hörfunk geben. Und deshalb bin ich persönlich auch ein großer Verfechter des öffentlich-rechtlichen Auftrags“ (Günther 2011, Anhnag, 334f).*

*„Für mich ist der total von Belang. Ich habe hier auch mitgewirkt. Wir haben hier auch so ethische Richtlinien. Da haben wir auch lauter so Zeug reingeschrieben. Ja, ich finde den öffentlich-rechtlichen Auftrag sehr, sehr wichtig“ (Borufka 2011, 356).*

Neben dieser grundsätzlichen Überzeugung gab es allerdings sowohl auf Leitungs- als auch auf Entscheidungs- und Operationsebene sehr kritische Töne. Dabei geht es um eine um sich greifende Beamtenmentalität beziehungsweise um eine zunehmende Art des Verwaltungs-Journalismus.

*„Es gibt halt in den öffentlich-rechtlichen Häusern viel, was man so plakativ als Beamtenmentalität beschreiben kann. (...) Da arbeiten wir jetzt - HR Info - seit Jahren dran, das zu verwandeln“ (Jungwirth 2011, 290f).*

*„Man braucht aber, und das ist das viel größere Problem im Öffentlich-rechtlichen Rundfunk, man braucht engagierte Journalisten und man braucht interessierte Redakteure. Und wenn ich das mal ganz knallhart sagen darf aus meiner Erfahrung, es gibt zu viele Leute, die zu schnell zufrieden sind. (...) Ich stelle aber tatsächlich fest, dass so Grundtugenden in die Recherche, Reportage, Kontakte suchen, Kontakte pflegen, dass das immer kürzer kommt und dass sich der Öffentlich-rechtliche Rundfunk oder auch hier unsere Welle, sage ich ganz selbstkritisch, sehr stark zufriedengibt mit der Verwaltung von Inhalten. (...) Und das hat für mich nur sehr begrenzt mit Journalismus zu tun“ (Günther 2011, 336f).*

Vor diesem Hintergrund wurde konstatiert, dass der Hörfunkbereich zwar einerseits innovativer als der Fernsehbereich sei (vgl. Jungwirth 2011, 291), andererseits aber *„der Hörfunk insgesamt, und das gilt auch für den HR, aus meiner Sicht sehr wenig selbstbewusst ist“* (Günther 2011, 322f).

Dieses Selbstbewusstsein kann nur die Redaktionsleitung (wieder) herstellen, so der Tenor eines Befragten aus dem Bereich der Operationsebene. Erwartet wird von der Leitungsebene eine (noch) deutlichere Vermittlung über den Mehrwert von Recherche, sozusagen als strategische Vision des Senders (siehe Kapitel 7.2.).

*„Ich denke z. B., dass Wellenchefs oder Chefredakteure oder auch die zuständigen Programmierer schlicht und ergreifend einfach mehr werben müssen, auch durchaus auch mal offensiv werben müssen für eigene Recherchen, auch Platz schaffen müssen. (...) Also, ich glaube schon, dass Radio und Radiomacher da wieder selbstbewusster rangehen sollten, dass man auch sagen müsste, unser Anspruch muss es eigentlich sein, eigene Inhalte zu setzen, eigene Recherchen zu machen. Das kann jede Zeitung. Warum kann das nicht das Radio? Warum kann das nicht jede Welle? Zumindest die Info-Wellen? Es gibt ja auch Sender in Deutschland, die da schon andere Wertigkeiten haben. Also was ich so höre vom NDR mit der Recherchedaktion, oder auch beim SWR scheint das ja möglich, woanders anders zu sein. Hier, finde ich, gibt es einen großen Nachholbedarf. Das hat was mit der Kultur in den Funkhäusern, in den Redaktionen zu tun“* (Günther 2011, 323).

Der öffentlich-rechtliche Auftrag wird demnach besonders jenseits der aktuellen Berichterstattung, also der klassischen Nachrichten, gesehen.

*„Heute würde ich eigentlich eher den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks darin sehen, dass man tatsächlich mehr bietet als die schnelle Schlagzeile und mehr bietet als die aktuelle Information, sondern gerade das Hinter-die-Kulissen-gucken, auch Entscheidungen transparent machen, auch Abläufe transparent machen, Interessen transparent machen, was ja oft auch mit Recherche verbunden ist und wo man Arbeit investieren muss. Und ich glaube, dass das heute die Aufgabe, mehr denn je die Aufgabe des Öffentlich-rechtlichen Rundfunks sein sollte. Und von daher sehe ich so eine Redaktion wie die meine als so eine klassische öffentlich-rechtliche Institution und Einrichtung“* (Günther 2011, Anhang, 334f).

Bei der Befragung wurde außerdem deutlich, dass HR Info als Teil einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt inhaltlich nicht in die Recherchen der Reporter eingereift und sie entsprechend keinem Tendenzschutz folgen müssen (siehe Kapitel 18.2.6.). Insofern begreifen die Reporter den öffentlich-rechtlichen Auftrag als Garant für ihre ‚Unabhängigkeit‘. Allerdings wurde in einem

Interview reflektiert, dass diese ‚Unabhängigkeit‘ trotz des gesellschaftspolitischen Auftrags für Feste-Freie einer wirtschaftlichen Abhängigkeit folgt.

*„Wie viel Unabhängigkeit ist möglich? Wir als Redaktion sind journalistisch ziemlich unabhängig. Das kann ich wirklich sagen. Uns wird nicht politisch reinregiert. (...) Es gibt eher eben wirtschaftliche Zwänge. Die sind auf jeden Fall natürlich da. Als Reporter, wir gründen unsere Existenz darauf. Tell it like it is. Und das ist eben halt so. Sobald man seine Existenz auf irgendetwas gründet und vielleicht sogar eine Familie davon abhängig ist, dann ist man nicht mehr unabhängig. Das ist einfach so. Professionelle Journalisten sind nicht unabhängig, es sei denn, sie haben so ein Standing, dass sie morgen woanders hingehen können. Ich muss das machen, von dem ich weiß, das hat beim HR auch eine Chance, abgenommen zu werden“ (Lübben 2011, 317f).*

#### **18.4. Professionelle Einflussfaktoren**

##### **18.4.1. Aus- und Fortbildung – Kompetenz: Ort-Spots, Institutionen**

Der Berufseinstieg der vier Befragten von HR Info erfolgte sehr unterschiedlich. Während eine Interviewpartnerin offenbar von Anfang an Journalistin werden wollte und den eher klassischen Weg über Praktikum, Studium und Volontariat einschlug (vgl. Jungwirth 2011, 264), hatten die drei weiteren Befragten zunächst andere Berufspläne (Lübben 2011, 292; Günther 2011, 319; Borufka 2011, 339). Studiert haben alle Befragten, ebenso ein Volontariat beziehungsweise ein journalistisches Aufbaustudium absolviert.

Bei der Einheit HR Info haben diverse Reporter Zuständigkeitsbereiche, die entweder auf ein geographisches oder thematisches Gebiet spezialisiert sind (vgl. Jungwirth 2011, 278).

*„Wir haben bei den Reportern klare Zuständigkeiten in vielen Bereichen, also Gebietszuständigkeiten und thematische Zuständigkeiten oder so Zuständigkeiten für Ortsspots, die wir hier haben, oder Opel z. B. oder Flughafen. Da ist bei uns klar geregelt, welche Reporter was beackern. Und die haben dann natürlich auch in diesem Feld, das sie beackern, entsprechend Kontakte, Hintergrundwissen, Einblicke, die überhaupt Voraussetzung sind, dass man mit Recherchen tiefer einsteigt“ (Jungwirth 2011, 282).*

*„Wir haben für jeden Landkreis, jede kreisfreie Stadt mindestens einen Reporter. Wir haben aber auch für bestimmte Institutionen, die viele Nachrichten auswerfen, eigene Reporter wie die Frau Borufka für das Gericht, wie den Herrn Lapp für die Polizei Frankfurt und Offenbach. Oder wir haben auch einen, der sich nur um Flughafen kümmert“ (Lübben 2011, 298).*

Das heißt, bei der Themenvergabe wird entweder auf die geographische Zuständigkeit geachtet oder aber auf den Ruf eines Reporters, wenn die Region bei der Bearbeitung einer Thematik keine Rolle spielt.

*„Dieses informelle Wissen über die Reporter, das hat man natürlich jenseits jetzt von Zuständigkeiten. Natürlich überlegen wir, wer hat da ein Händchen für, wer hat auch schon mal zu dem Thema was gemacht? (...) Wenn ein Thema wirklich in Fulda spielt und es spielt genau da, dann überwiegt die regionale Zuständigkeit. (...) Wenn es ein Schulthema ist, was man zur Not auch in Usingen abbilden könnte, und ich weiß, der Reporter in der Wetterau, der hat das Thema wirklich drauf, dann würde ich vielleicht erstmal den anrufen und sagen, hier komm, tu mal ne Schule in Usingen auf in der Wetterau, mach das mal“ (Lübben 2011, 305f).<sup>83</sup>*

Da nicht nur festangestellte Reporter für ein Themengebiet zuständig sind, sondern auch Feste-Freie (vgl. Jungwirth 2011, 282), dürfte der Aufbau einer Themenkompetenz in einer Art der Selbstqualifizierung (vgl. Lublinski 2004, 49) erfolgt sein. Das heißt, die Reporter durchlaufen eine informelle Karriere (vgl. Kastl 1994, 199). Allerdings wird diese informelle Leistung von der Redaktionsleitung als Investition betrachtet, die nebenbei beziehungsweise auch nach der Arbeit geleistet wird (vgl. Borufka 2011, 342).

*„Aber wie gesagt, wir stehen immer unter diesem Sparzwang. Andererseits ist es aber für einen Reporter auch eine Investition, wenn er seine Kontakte pflegt und mit seinem Gebiet oder seinem Thema gut aufgestellt ist. Dann wird er auch Output haben können bei uns im Programm, der denn auch über einen Beitrag hinausgeht“ (Jungwirth 2011, 283).*

Die Fachkompetenz des Recherchierens haben die Befragten überwiegend während ihrer Ausbildung gelernt (vgl. Lübben 2011, 298; Borufka 2011, 343). Darüber hinaus gab es das übliche ‚Learning by doing‘ (vgl. Günther 2011, 323f).

Weiterqualifizierungsmaßnahmen sind zwar von der Leitungsebene durchaus gern gesehen, allerdings werden nicht ständig Rechercheseminare angeboten (vgl. Günther 2011, 324f; Borufka 2011, 343f).

Insgesamt zeigte sich, dass bei HR Info Wert auf Themenzuständigkeiten gelegt wird. Dabei erwartet die Leitungsebene – auch von den festen freien Re-

---

<sup>83</sup> „Übrigens nicht, dass hier meine Hessen-Kompetenz infrage steht. Usingen ist im Taunus, nicht in der Wetter-Au“ (Lübben 2011, 306).

portern – dass sie ihre Themenkompetenzen als informelle Leistung einbringen, die sich dann – möglicherweise – amortisiert.

#### **18.4.2. Recherchekompetenz – Teilweise intrinsische Motivation**

Insgesamt wurde in den Leitfadeninterviews deutlich, dass bei HR Info von den Redakteuren im Sinne der hier verwendeten Kategorie Recherche-Dimension (siehe Kapitel 6.2.) im Wesentlichen die ‚einfache Recherche‘ erwartet wird.

*„Also von dem Ergebnis erwarte ich, dass die Fakten stimmen und dass das irgendwie nachvollziehbar ist und dass das auch stimmt. Dass es eine Plausibilität auch hat, oder dass man mir auch erklären kann, warum das so ist, wie es ist. (...) Also, ich muss was Neues erfahren, die Fakten müssen stimmen. Mit den professionellen Augen müssen die Quellen klar sein, auch wenn es welche gibt, die man nicht nennen kann, aber irgendwie muss es nachvollziehbar sein, woher wissen die das jetzt?“ (Jungwirth 2011, 289).*

*„Ich erwarte, dass die Sorgfaltsregeln des Journalismus einfach eingehalten werden, dass man die Quellen überprüft, dass man sich nicht nur auf sein Gedächtnis und auf sein Grundwissen verlässt, dass (...) was Sie kennen an journalistischen Grundregeln, das erwarte ich“ (Lübben 2011, 303).*

*„Es gibt natürlich die Maßgabe, dass man z. B. einen Inhalt von mehreren Quellen bestätigt haben muss, (...). Check - Gegencheck ist bei uns ein sehr wichtiges Instrument, aber es gibt Unterschiede, was die einzelnen Informationen angeht“ (Günther 2011, 331f).*

Darüber hinaus besteht bei HR Info der Anspruch, den Hörern exklusive Recherche geschichten zu bieten (vgl. Jungwirth 2011, 274; (Günther 2011, 321f). Entsprechend hoch ist die Reputation von anspruchsvollen und profunden Recherchen.

*„Es ist, denke ich, so nehme ich es wahr, auch Hauspolitik, exklusive Themen zu setzen. Und die müssen ja irgendwo herkommen. Von daher wird das schon honoriert, wenn man ein Thema recherchiert und ein exklusives Thema generiert“ (Lübben 2011, 296f).*

Auch bei HR Info wird die journalistische Tätigkeit des Recherchierens als ein Handwerk angesehen, dass im Grunde jeder erlernen kann. Allerdings bedarf es für anspruchsvolle bis profunde Recherchen so etwas wie ein Händchen, Talent oder eben eine Spürnase.

*„Ich glaube, man muss was mitbringen. Man muss mitbringen eine große Neugier, man muss mitbringen eine gewisse Unerschrockenheit und so was wie Spürnase, vielleicht auch eine bestimmte Form von Fantasie. Wenn man das mitbringt, dann ist man gut beraten, wenn man sich so einen Handwerkskasten dazu erwirbt“ (Jungwirth 2011, 289).*

*„Ja, das kann jeder lernen. Das ist kein Hexenwerk. Jeder, der so ganz einfache Grundvoraussetzungen erfüllt, kann recherchieren. Es gibt da natürlich an der Spitze Unterschiede. (...) Aber es gibt da natürlich so Geschichten, die heikel werden, wo man auf große Widerstände stößt, wo man an verborgene Informationen heran muss. Das kann natürlich nicht jeder. Da muss man ein Händchen für haben. Da muss man Ausdauer beweisen, und man muss sich manchmal auch verstellen können im Umgang mit Menschen“ (Lübben 2011, 315f).*

*„Ich glaube, dass das Recherchehandwerk total wichtig ist, aber ich glaube, dass es nur eine Seite ist. (...) Man braucht Talent dafür. Jetzt werden Sie mich fragen, welche Talente, oder auch nicht? Man braucht meines Erachtens erstmal Neugierde, man braucht auch die Fähigkeit, Inhalte zu strukturieren. Man braucht kommunikative Fähigkeiten. Ich komme halt auch immer wieder in die Situation, dass ich mit Leuten rede, die nicht mit mir reden wollen. Und irgendwie geht es dann ja darum, dass die Leute doch was sagen. Also, man braucht schon so kommunikative Fähigkeiten. (...) Ich glaube, das sind alles Sachen, die man nicht unbedingt in Seminaren lernen kann“ (Günther 2011, 338).*

In den Leitfadeninterviews wurde deutlich, dass für die Befragten neben Talent, Händchen oder Spürnase der Faktor Motivation für die journalistische Recherche von Bedeutung ist.

*„Und es gibt einfach Themen, da will man es einfach wissen. Und das passiert auch immer wieder. (...) Die intrinsische Motivation, die ist doch bei einigen speziell. Es gibt eine Reihe von Leuten, die mir jetzt einfallen würden, die immer wieder mit solchen Dingen rüber kommen“ (Lübben 2011, 299).*

*„Und es gibt auch immer wieder einzelne Leute, wo ich auch aus dem Sender höre, dass sie an bestimmten Themen dranbleiben und da auch interessante Geschichten machen. Aber es ist eben nicht institutionalisiert. Es sind einzelne Leute, die das machen, die auch entsprechend viel Erfahrung haben“ (Günther 2011, 337).*

*„Das ist dann eben bei mir so, wenn es um bestimmte Themen geht, dann weiß ich tatsächlich einiges, weil ich mir einiges angeguckt habe, woraus kein Beitrag entstanden ist oder sonst irgendwas. Aber das passt zusammen. Das hängt natürlich damit zusammen, dass mir das einfach Spaß macht. Und das hat mehr was mit meinem Selbstverständnis zu tun“ (Borufka 2011, 342).*

Wie in Redaktionen üblich, werden die Beiträge der Reporter abgenommen (siehe Kapitel 18.2.1.). Eine formalisierte Kontrolle der Rechercheergebnisse gibt es allerdings nicht. Die Redakteure der Entscheidungs- und Operationsebene agieren hier im Sinne diskursiver Koordinierung, die auf Vertrauen der Kooperationspartner setzt (vgl. Lübben 2011, 302; Borufka 2011, 348, 349).



Bei anspruchsvollen bis profunden Recherchen arbeitet der Reporter der Story-Redaktion mit einem Mind-Mapping-Programm, das als professionell und hilfreich angesehen wird (vgl. Günther 2011, 331). Mit Rechercheprotokollen wird nach Aussage der befragten Reporter nicht gearbeitet (vgl. Günther 2011, 331; Borufka 2011, 351).

Wie schon erwähnt, sind exklusive Recherche geschichten bei HR Info gewünscht (siehe Kapitel 18.3.1.). Entsprechend betrachtet die Redaktionsleitung die Story-Redaktion als erfolgreiche Investition (vgl. Jungwirth 2011, 273). Bei der ‚Vermarktung‘ besonderer Recherchebeiträge gibt es zwar ein formalisiertes Procedere.

*„Pressemitteilung, entsprechende Sperrfrist, dann genau die Überlegung, wann und wie bringen wir es ins Programm, haben wir O-Töne für die Nachrichten, damit die das parallel auch aufnehmen können in ihre Sendung, Theasen aufs Programm usw.“ (Jungwirth 2011, 282).*

Allerdings wird die Umsetzung dieses formalisierten Verfahrens durchaus kritisch bewertet.

*„Aber was jetzt die Vermarktung angeht, wir achten mittlerweile sehr darauf, dass wir unsere exklusiven Geschichten dann auch so platzieren, wie sie es verdienen. Da sind wir besser geworden, denke ich schon“ (Lübben 2011, 301).*

*„Ich finde, dass man mit dem, was die Kollegen machen, von der Welle aus noch offensiver umgehen könnte, was Pressemitteilung angeht, was die Präsentation auf dem Sender angeht, dass man die Sachen noch stärker rausstellen könnte“ (Günther 2011, 337).*

## **18.5. Best-Practice-Beispiele**

Die Leitfadeninterviews wurden mit einem narrativen Anteil konzipiert (siehe Kapitel 14.2. und 14.4.), in dem die Befragten aus der Entscheidungs- und Operationsebene um ein Best-Practice-Beispiel einer gelungenen Recherche gebeten wurden. Sie schilderten ihre Beispiele ohne zu zögern.

### **18.5.1. Recherche Kooperation – Konterkariert durch schlechtes Marketing**

*„Ach, das gibt es speziell in meinem Fall. Ich mache gerne mal ein rechercheintensives Thema. Ich erzähl mal eins, was relativ kompakt ist: Der Anstoß kam wieder mal aus dem Spiegel. Das war eine Vorabmeldung, es ging über die Nürburg-Affäre in Rheinland Pfalz. Die Landesregierung dort hat einen Freizeitpark Nürburgring bauen lassen, und das war eine ganz interessante Konstruktion mit privaten Investoren und Tochtergesellschaften des*

*Landes, und sie hatten ein ganz interessantes Finanzierungsmodell, und da war auch ein Finanzdienstleister aus Hessen beteiligt. Und da gab es eine kleine Meldung im Spiegel, dass man nicht so recht weiß, was der Finanzdienstleister für sein Honorar eigentlich macht. Und da kam wirklich von oben, von der Ressortleitung die Ansage oder die Bitte, kümmere dich doch mal darum. Guck einfach mal, was da raus kommt, du kannst da ruhig aus Recherchezeit investieren, und das habe ich auch gemacht. Ich habe im Endeffekt, denke ich, drei Tage recherchiert und auch einen Beitrag gemacht über diesen Finanzdienstleister aus Hessen, und der Beitrag fand eigentlich auch Gefallen bei allen Verantwortlichen, also sagen wir mal zumindest bei uns, im aktuellen Desk-Information bei den CvDs, und das wurde dann auch begleitet von der juristischen Abteilung, dass man sich da nicht in die Nesseln setzt. Der Ressortleiter hat das auch wirklich mit überwacht und abgenommen, sodass man da irgendwo auch die volle Rückendeckung hatte des Hauses, es war schon ein kontroverses Thema, und so ist ein schöner Beitrag entstanden. Kleiner Wermutstropfen: der Beitrag ist dann letztendlich nur einmal gelaufen im HR Info am Samstagmittag in einer ganz stark verkürzten Version, weil das Live-Gespräch davor zu lang geworden ist. Dann wurde da einfach mit der Guillotine einmal darübergelassen und dann lief er letztendlich 1,38 min. Ich weiß nicht mehr genau wie viel. Aber es war ein Torso, der sozusagen in der denkbar hörschwächsten Zeit dann überhaupt nur ausgestrahlt wurde. Das fand ich dann verschenkt, zumal sich auch hinterher herausgestellt hat, dass wir mit unserer Recherche goldrichtig lagen. Der Finanzminister, der Rheinland-Pfälzische, musste hinterher zurücktreten, nicht wegen unseres Beitrags, aber es hat sich einfach herausgestellt, dass es ein wirklich heißes Eisen war, was wir sehr frühzeitig angefasst haben. Wir haben auch mehr recherchiert, als der Spiegel da hatte. Wir haben uns dann auch noch mit dem SWR zusammengetan. Da gab es also auch eine Kooperation, dass man Informationen ausgetauscht hat, das war alles sehr erfreulich. Nur war ich der Ansicht, dass wir das dann einfach nicht richtig unter die Leute gebracht haben, das war natürlich schade" (Lübben 2011, 330f).*

Die wesentliche Aussage dieses Best-Practice Beispiels ist die Bedeutung eines guten Marketings für anspruchsvolle Recherche-Beiträge.

In diesem Beispiel ist dem Reporter eine anspruchsvolle Recherchearbeit gelungen. Er bekam von der Redaktionsleitung Zeit für seine Recherchen und die notwendige juristische Rückendeckung. Hinzu kam noch ein gelungener Informationsaustausch mit Kollegen einer anderen ARD-Anstalt. Allerdings wurde bei der Veröffentlichung die gelungene Recherchearbeit zugunsten anderer Programmbeiträge stark eingekürzt.

Insgesamt verdeutlicht dieses Beispiel, dass zwar ein Zusammenspiel von institutionellen (Faktor Zeit), politischen (Wille zur Aufklärung) und professionellen (Fachkompetenz Recherche) Einflussfaktoren eine anspruchsvolle

Recherchearbeit ermöglicht haben, die Öffentlichkeit allerdings davon kaum etwas erfahren konnte auf Grund einer mangelhaften ‚Vermarktung‘.

Deutlich wird an diesem Best-Practice-Beispiel, wie wichtig ein professionelles beziehungsweise institutionalisiertes Marketingverfahren für journalistische Recherchearbeiten ist. Denn was nützt die beste Recherche, wenn sie quasi unter Ausschluss der Öffentlichkeit gesendet wird.

### **18.5.2. Kompetenzverknüpfung – Statusunabhängig organisiert**

*„Ein gutes Beispiel aus meiner Sicht war eine Recherche zum Thema sexueller Missbrauch im Sportverein, bei uns gelaufen als Thementag, am 08.01.2010 mit ungefähr acht, neun Beiträgen plus Interviews, wo wir nicht nur anhand von hessischen Beispielen, sondern bundesweit nach Fällen von sexuellen Vorfällen in Sportvereinen gesucht haben, wo wir auch gucken wollten, welche Strukturen gibt es dahinter. Also gibt es zum Beispiel eine Vernetzung in der Pädophilen-Szene, wo dann gezielt nach Sportvereinen gesucht wird, welche Erfahrungen haben Sportvereine mit dem Thema gemacht, welche Erfahrungen haben Eltern mit dem Thema gemacht, was gibt es an Präventionsmodellen? Möglicherweise bundesweit? Ein Frühwarnsystem? Wie gehen Polizei und Politik mit dem Thema um? Also eine sehr umfassende Recherche. Gutes Beispiel aus meiner Sicht deshalb, weil etwas passiert ist, was ich mir auch selber als Ziel setze hier in dieser Recherchedaktion im Hessischen Rundfunk. Ich habe ja schon gesagt, ich bin eigentlich so eine One-Man-Show. Deshalb verstehe ich mich auch eher als so ein Netzwerk-Redakteur. Also, ich definiere zusammen mit meiner Redaktion, mit meiner Welle ein Thema, wo wir sagen, das ist uns wichtig, da stecken wir jetzt mal Arbeit und Geld rein. Und dann suche ich mir ganz gerne hier im Haus Kompetenzen, die zu dem Thema passen. Also, wenn wir zu dem Thema ‚sexueller Missbrauch in Sportvereinen‘ etwas machen, habe ich natürlich auch mit der Sportredaktion Kontakt aufgenommen und gefragt, habt ihr da jemanden, der da ein bisschen Ahnung hat oder den es zumindest interessiert? Ich habe mit unserem Hessen-Reporter Kontakt aufgenommen, mit unserem aktuellen Desk, der hauptsächlich für die Hessenberichterstattung zuständig ist, das ist dessen Kernkompetenz, und habe gefragt, habt ihr jemanden, den ihr mal in so eine Recherche schicken könnt, der vielleicht auch mal 2 Wochen Zeit dafür bekommt. Wir haben unsere Gerichtsreporterin mit einbezogen, also, wir haben ein Rechercheteam gebildet extra für dieses Thema sexueller Missbrauch im Sportverein. Das bestand dann am Ende aus vier Reportern, die sich regelmäßig getroffen haben im Rahmen der Recherche, wo es einen intensiven Informationsaustausch gab, wo es einen intensiven Austausch von O-Tönen gab. Also schlicht und ergreifend gesagt, bring mir doch, wenn du bei dem und dem bist, bring mir das mit. Oder man hat auch gesagt, ich habe ein sehr interessantes Interview gemacht z. B. mit einem Psychologen, das könnte vielleicht auch für jemand anderen interessant sein. Und wir haben am Ende, weil wir nicht einfach nur Beiträge senden wollten, sondern weil wir auch wollten, dass es sich auf der Welle exklusiv anhört, wir eine sehr enge Zusammenarbeit mit unserem Layout. D. h., wir haben die Inhalte, die wir recherchiert haben, dann auch noch gelayoutet in einer besonderen Form. Das finde ich insofern ein gelungenes Beispiel, weil*

*es halt bei diesem Projekt erfolgreich umgesetzt wurde, einfach mehrere Kompetenzen zu vernetzen im Haus, und zwar nur für ein Projekt. Es war sehr projektbezogen. Wir hatten für diese Recherche ungefähr ein Vierteljahr Zeit. Wir alle, die in das Projekt involviert waren, haben auch noch andere Sachen gemacht, aber es war ziemlich klar, dass dieses Projekt Priorität hat. Ich habe das zusammen mit freien Kollegen gemacht - ich bin fest angestellt - die natürlich auch unter einem anderen Output-Druck stehen. Auch da hat sich, glaube ich, auch diese Konstruktion hier bewährt. Ich habe hier viele organisatorische Sachen übernommen, viele Koordinationssachen, die Freie schlicht und ergreifend nicht bezahlt bekommen. Von daher hat es sich für die auch finanziell gelohnt. Und von daher würde ich sagen, ist das ein erfolgreiches Projekt gewesen" (Günther 2011, 325f).*

Die wesentliche Aussage dieses Best-Practice-Beispiels ist die Bedeutung von sinnvoller Kompetenzverknüpfung für das Gelingen profunder Recherchen.

In diesem Beispiel wurde ein Rechercheteam gebildet, das aus Reportern mit verschiedenen Themen- beziehungsweise verschiedenen Zuständigkeitsbereichen bestand und von dem Reporter der Story-Redaktion koordiniert wurde, der insbesondere die Arbeiten übernahm, für die die festen freien Reporter des Teams nicht bezahlt wurden. Hinzu kam eine enge Zusammenarbeit mit der sogenannten Layoutabteilung der Redaktion, damit die Rechercheergebnisse einer möglichst breiten Öffentlichkeit bekannt wurden.

Insgesamt verdeutlicht dieses Beispiel, dass bei HR Info ein Zusammenspiel von institutionellen (Etablierung Story-Redaktion; Ressourcen Zeit und Geld) politischen (Anspruch und Wille) und professionellen (Themen-, Recherche- und Marketingkompetenzen) Faktoren eine koordinierte profunde Projektrecherche ermöglichte, an der über einen längeren Zeitraum auch feste freie Reporter beteiligt waren. Nicht zuletzt natürlich auch, weil alle Beteiligten während der Projektarbeit an anderen Themen arbeiteten.

Deutlich wird an diesem Best-Practice-Beispiel, dass eine koordinierte Projektrecherche dann sehr gut gelingen kann, wenn verschiedene Themenkompetenzen einzelner Reporter unabhängig von ihrem Status verknüpft werden. Das heißt, dass auch feste freie Reporter derart in ein Rechercheprojekt eingebunden werden, dass sie entweder direkt für die Recherche entlohnt werden oder aber die Recherchearbeit so angelegt wird, dass ‚nebenher‘ zum Beispiel andere Beiträge erstellt werden können.

### **18.5.3. Rechercheerfolg – Durch direkte Entscheidungshierarchie**

*„Mir fällt spontan sofort diese Hells-Angels-Nummer ein, weil die auch gestern zu Ende gegangen ist, deshalb ist das noch so frisch. Wir hatten im November - ich über jemanden den Hinweis bekommen - hier ist eine große Hells-Angels-Razzia geplant gewesen. Das sollte geheim behandelt werden. Ich habe das mit meinem Vorgesetzten besprochen. Wir haben uns zusammengesetzt. Ich habe das sehr als journalistisch empfunden. Wir haben zusammengetragen, was können wir überhaupt machen, welche Fragen interessieren, was fällt einem überhaupt zum Thema Hells Angels ein. Das wurde dann an so eine Tafel geschrieben - ich glaube, das hängt da heute auch noch. Ich will damit sagen, ich hatte das Gefühl, das wurde auch richtig ernst genommen. Wir haben dann, ich habe das mit einem Kollegen zusammen gemacht. Wir haben dann angefangen zu überlegen, mit wem kann man da reden, das ist ja ein sensibles Thema, wir brauchen ja immer O-Töne. Wir haben dann Kontakt aufgenommen zu einem Aussteiger der Hells Angels, der dankenswerterweise auch aus Hessen kommt. Wir haben mit dem ein Interview vereinbart, da wurde uns alles möglich gemacht. Da wurde nicht gespart. Wir mussten uns mit dem konspirativ treffen, weil der gefährdet ist. Das war überhaupt kein Problem. Wir haben uns zwei Mal mit dem getroffen. Es war weder ein Problem, mit dem HR Auto dahin zu fahren, noch mit dem Zug dahin zu fahren. Das habe ich als sehr angenehm empfunden, dass wir uns um so was nicht kümmern mussten. Wir mussten nicht diskutieren. Wir haben dann mit allen möglichen Leuten Hintergrundgespräche geführt. Die Namen kann ich deshalb nicht nennen. Da wurde uns immer der Rücken freigehalten. Ich konnte sagen (vor allem ich habe immer die Gespräche geführt), ich bin am Montag von 15.00 - 18.00 Uhr nicht da, weil ich ein Hintergrundgespräch habe. Einer meiner Vorgesetzten wusste, mit wem ich mich getroffen habe, ich habe nicht das Gefühl, dass es rumerzählt wurde. Es wurde wirklich so behandelt, wie man Quellen einfach schützen muss. Das habe ich als sehr angenehm empfunden. Es gab keine Diskussion über die Bezahlung hinterher. Das ist ja immer schwierig. Und es führte letztlich dazu, dass wir wirklich die Einzigen waren, die morgens, als die Razzia lief, berichtet haben. Es gab dann eine zweite Razzia, da lief es ganz genauso, wir haben dann noch mal nachgelegt, und wir haben gestern den Abschluss gemacht, deswegen weiß ich das. Wir haben uns dann noch mal getroffen, das waren ja viele Hintergrundgespräche, die am Ende dann zu Interviews führten. Aber wir haben wirklich viel Zeit verwendet, praktisch drei Tage, an denen wir das Thema Hells Angels da durchsetzen konnten“ (Borufka 2011, 344f).*

Die wesentliche Aussage dieses Best-Practice-Beispiels ist die Bedeutung einer Entscheidungshierarchie, die direkt zwischen Reporter und Redaktionsleitung verläuft.

In diesem Beispiel konnte die Gerichtsreporterin mit Unterstützung der Redaktionsleitung von HR Info über einen längeren Zeitraum eine anspruchsvolle bis profunde Recherche durchführen. Die Redaktionsleitung stellte dafür in ausreichendem Maße Ressourcen (Zeit und Geld) zur Verfügung und fun-

gierte als direkter Ansprechpartner bei Entscheidungen. Die Beiträge wurden prominent im Programm platziert.

Insgesamt verdeutlicht dieses Beispiel, dass bei HR Info die Möglichkeit besteht, bei Bedarf Hierarchiestufen zu verändern. In diesem Falle wurde auch wegen des Informantenschutzes die Hierarchiestufe der Entscheidungsebene ausgespart.

Deutlich wird an diesem Best-Practice-Beispiel, dass bei speziellen Recherchen eine direktere Entscheidungshierarchie sicherlich den Quellenschutz erhöht und letztlich auch effizienter sein dürfte.

## TEIL V: Auswertung

### 19. Bewertung der ermittelten Einflussfaktoren

#### 19.1. Bewertung der institutionellen Einflussfaktoren

##### 19.1.1. Hierarchien

Wie die Untersuchung gezeigt hat, ist die hierarchische Stellung der Reporter bei den Inforadios sehr unterschiedlich ausgeprägt. Während die aktuell arbeitenden Reporter – außer bei **NDR Info**<sup>84</sup> – in die formelle Redaktionshierarchie eingebettet sind, ließ sich für die Reporter, die bei den Sendern für anspruchsvolle bis profunde Recherchen zuständig sind, wie z.B. der Reporterpool bei **NDR Info** oder die Nahaufnahmereporter beim **RBB Inforadio**, eine herausgehobene hierarchische Stellung erkennen, im Wesentlichen auf Grund von drei Einflussfaktoren: Der Kompetenz-, Format-, und Entscheidungshierarchie der Reporter innerhalb ihrer Redaktion.

Für die hierarchisch herausgehobene Stellung des Reporterpools von **NDR Info** ist die Kombination aller drei Faktoren verantwortlich: Die Entscheidungshierarchie der Reporter speist sich aus der direkten Anbindung des Pools (Operationsebene) an die Leitungsebene – die Entscheidungsebene wird hierbei ausgespart (siehe Kapitel 15.2.1.2.). Die Kompetenzhierarchie der Reporter ergibt sich durch die Möglichkeit der kontinuierlichen Einarbeitung in einen selbst gewählten Themenbereich sowie durch den Umstand, dass sie bei virulent werden ihres Themenbereichs quasi berichterstattungspflichtig sind. Die Formathierarchie ergibt sich aus dem Umstand, dass sie ein spezielles Sendeformat<sup>85</sup> (Reportage) bedienen (siehe Kapitel 15.2.1.3.). Der Reporterpool als Gebilde kann also weitgehend autonom Entscheidungen über Recherchen treffen.

Eine hierarchisch leicht herausgehobene Stellung lässt sich für die Nahaufnahmereporter beim **RBB Inforadio** auf Grund ihrer Formathierarchie (siehe Kapitel 16.2.1.3.) erkennen. Gleiches gilt für die Länderkorrespondenten und

---

<sup>84</sup> Die Aktuell-Reporter (Wochenreporter) sind Teil des Reporterpools von NDR Info (siehe Kapitel 15.1.).

<sup>85</sup> Nicht zu verwechseln mit Sendepplatz. Das Sendeformat verlangt eine bestimmte journalistische Aufbereitung, der Sendepplatz nicht. Die Definition eines Sendepplatzes kann allerdings ein bestimmtes Sendeformat sein, wie z.B. die Nahaufnahme beim RBB Inforadio.

Wirtschaftsreporter bei **MDR Info** - in diesem Falle auf Grund ihrer Kompetenzhierarchie (siehe Kapitel 17.2.1.). Zuständig für die Reporter dieser zwei Sender ist aber insgesamt die Entscheidungsebene.

Bei **HR Info** sind die aktuell und semiaktuell arbeitenden Reporter - auch die mit speziellen Themenkompetenzen - an die Entscheidungsebene (Desk-Information) angebunden und damit in die formelle Redaktionshierarchie eingebettet. Dagegen genießen der (einzige) Reporter der Story-Redaktion sowie die Gerichtsreporterin auf Grund ihrer Entscheidungs- sowie relativen Kompetenzhierarchie eine besondere Stellung. Sie sind weitgehend autonom in ihren Rechercheentscheidungen (siehe Kapitel 18.2.1.).

Das heißt im Einzelnen:

Je höher die Entscheidungshierarchie der Reporter, desto autonomer können sie Entscheidungen bezüglich Recherche treffen. Das heißt, auf Grund des Wegfalls der Entscheidungsebene kommt es bei Rechercheentscheidungen zu weniger Reibungsverlusten (siehe dazu B-P-B von RBB Inforadio, Kapitel 16.5.2 sowie B-P-B von HR Info, Kapitel 18.5.3.).

Je höher die Kompetenzhierarchie der Reporter, desto qualifizierter sind sie für die Berichterstattung bestimmter Themenbereiche (siehe dazu B-P-B von RBB Inforadio, Kapitel 16.5.1.). Das heißt, auf Grund einer kontinuierlichen Einarbeitungsmöglichkeit in ein Themenfeld steigt das qualitative Alleinstellungsmerkmal des Reporters auf diesem Gebiet und damit seine hierarchische Stellung gegenüber anderen Reportern.

Je spezieller die Formathierarchie der Reporter, desto spezifischer muss die journalistische Umsetzung sein. Das heißt, auf Grund eines speziellen Sendeformates leitet sich die Möglichkeit sowie die Pflicht der Reporter zur Berichterstattung ab, wodurch ihre hierarchische Stellung gegenüber anderen Reportern steigt. Als Beispiele seien die dreiminütigen beziehungsweise siebenminütigen Reportageformate von **NDR Info** und **RBB Inforadio** genannt, die auf die Berichterstattung anspruchsvoll recherchierter Geschichten ausgelegt sind.

Während bei **NDR Info** alle drei Einflussfaktoren deutlich erkennbar waren, wirken sie bei den drei anderen Sendern in unterschiedlicher Kombination und Ausprägung. Als erstes sei das **RBB Inforadio** genannt, bei dem die



Nahaufnahmereporter zwar über eine Formathierarchie verfügen, allerdings nur geringfügig über eine Entscheidungshierarchie. Diese Entscheidungshierarchie wird zumindest teilweise durch diskursive Koordinierung hergestellt, denn die zuständige Kollegin der Entscheidungsebene ist von ihrem Status als Feste-Freie, den festangestellten Nahaufnahmereportern gegenüber nicht weisungsberechtigt (siehe Kapitel 16.2.1.3.). Als zweites sei **HR Info** genannt, bei dem der Story-Reporter keine Formathierarchie hat, allerdings eine Entscheidungshierarchie. Er gilt als ‚Head of Recherche‘. Seine fehlende Kompetenzhierarchie kann er durch Selbstqualifizierung oder durch Teamwork mit themenkompetenten Reporterkollegen herstellen (siehe Kapitel 18.2.1.).

Der Vollständigkeit halber sei bemerkt, dass die täglichen Redaktionskonferenzen von **NDR Info** (siehe Kapitel 15.2.1.1.) und **RBB Inforadio** (siehe Kapitel 16.2.1.1.) beim Thema Recherche keine nennenswerte Rolle spielen. Denn es ist offenbar unerheblich, ob die Konferenzen formell-hierarchisch wie bei **NDR Info**, oder eher offen und diskussionsorientiert wie beim **RBB Inforadio** ablaufen. Bei beiden Sendern kam es auf den Konferenzen zu keinen nennenswerten Handlungsverabredungen in Bezug auf Recherche. Wesentlich effektiver und konkreter bezüglich der Formulierung von Rechercheaufgaben geht es auf den kurzen ‚Stehungen‘ beim **RBB Inforadio** zu. Insbesondere für die Aktuell-Reporter, die in der Regel im Bereich der einfachen Recherche arbeiten, sind diese Zusammenkünfte mit klaren Handlungsverabredungen verbunden.

**Zusammenfassend** ergibt sich folgende Bewertung:

Die hierarchische Stellung der Reporter beeinflusst die Recherche. Je mehr Hierarchie-Faktoren die Reporter auf sich vereinigen, desto mehr Möglichkeiten ergeben sich für anspruchsvolle bis profunde Recherchen in einer Redaktion. Hier zeigt sich, ob eine Redaktion ihren Reportern (oder einem Teil von ihnen) eine erkennbare hierarchisch herausgehobene Stellung zubilligt und damit die Bedeutung ihrer Arbeit - also insbesondere die Recherche - insgesamt als Mehrwert heraushebt, oder ob sie die Reporter am Ende der Hierarchiekette ansiedelt und damit insbesondere die Recherche als eine journalistische Tätigkeit unter vielen definiert.

### 19.1.2. Budget

Wie die Untersuchung gezeigt hat, gibt es bei den Infosendern der ARD ein Budget für feste Reporterschichten, die in der Regel eine bestimmte Sendeleistung zu erbringen haben. Der Einflussfaktor Budget wird also größtenteils nach Sendeposition beziehungsweise Output pro Reporter/Autor kalkuliert (siehe Kapitel 16.2.2.1.; 17.2.2.; 18.2.2.).

Als Ausnahme ist hier der Reporterpool von **NDR Info** anzusehen. In diesem Pool arbeiten sowohl festangestellte als auch feste freie Reporter, die explizit für ihre Recherchetätigkeit bezahlt werden. Besonders das Honorarsystem für die Festen-Freien ist so ausgelegt, dass sie wochenweise bezahlt werden, ohne dass zwingend eine Sendeleistung erbracht werden muss. Das heißt allerdings nicht, dass diese Reporter nicht auch gelegentlich für aktuelle Beiträge herangezogen werden (siehe Kapitel 15.2.2.1). Im Vergleich zu einem Beitrag pro Werktag ist der Wochenlohn für Recherchetätigkeit bei **NDR Info** allerdings niedriger (vgl. NDR Info 2010 a, 366).

Insgesamt ist der Reporterpool von **NDR Info** finanziell derart ausgestattet, dass auch anfallende Kosten für zum Beispiel Recherchereisen in Absprache mit der Leitungsebene übernommen werden. Zwar gibt es die informelle Übereinkunft, die Kosten für Recherche nicht aus dem Ruder laufen zu lassen, allerdings wurde bei der Untersuchung keinerlei Limitierung erkennbar (siehe Kapitel 15.2.2.1.).

In Ansätzen ist die eben genannte Budget-Struktur auch bei **HR Info** anzutreffen. Dort hat der (eine!) Reporter der Storyredaktion ein Budget für Recherche, das in Absprache mit der Leitungsebene sowohl für ein Recherche-Team als auch für Recherchereisen verwendet werden kann. Darüber hinaus sieht das Honorarsystem für feste freie Reporter die Möglichkeit der Bezahlung von Recherchetagen vor. Insgesamt wird bei **HR Info** allerdings stark auf ein günstiges Aufwand-Ertrags-Verhältnis geachtet (siehe Kapitel 18.2.1.).

Die Budget-Struktur beim **RBB Inforadio** und bei **MDR Info** zielt im Wesentlichen auf die Absicherung des laufenden Programmbetriebs. Die Bereitstellung finanzieller Mittel für Extra-Recherchen gehört bei beiden Sendern zur absoluten Ausnahme (siehe Kapitel 16.2.2.2; 17.2.2.). Allerdings leistet

sich das **Berliner Inforadio** – aus seiner Sicht – den ‚Luxus‘ eines recherchéintensiveren Reportageformates, wofür zwei festangestellte Reporter von sonstigen Dienstplanpflichten freigestellt werden. Finanzielle Mittel für zum Beispiel Recherchereisen gibt es nicht (siehe Kapitel 16.2.2.1.).

Mit Ausnahme des Reporterpools von **NDR Info** wird das Reporter-Budget der Infosender anhand von Sendepositionen kalkuliert, es orientiert sich entsprechend im täglichen Sendebetrieb an ihrem Output. Vor diesem Hintergrund werden anspruchsvolle bis profunde Recherchen der Reporter als finanzieller Sonderfall betrachtet, der im Budget-Rahmen nicht oder nur im sehr geringen Umfang einkalkuliert wurde. Insofern können solche anspruchsvollen bis profunden Recherchen bei den **Inforadios** von **MDR** und **RBB** nur die absolute Ausnahme sein. In wie weit das Budget von **HR Info** tatsächlich über den einen Story-Reporter hinaus Geld für anspruchsvolle bis profunde Recherchen vorsieht, ist unklar geblieben.

Das heißt, ein Honorarsystem auf der Basis von quantifizierbaren Sendepositionen muss Recherche als materiell messbaren Wert begreifen. Entsprechend unterliegen die Recherchen der Reporter einem definierten Kosten-Ertragsverhältnis. Die materiell-logische Konsequenz ist die quantitative weil kostenintensive Beschränkung von anspruchsvollen bis profunden Recherchen beziehungsweise eine geringere Erwartungshaltung an die Qualität von Recherchen.

Das ‚Novum‘ bei **NDR Info** ist (die Rückbesinnung auf)<sup>86</sup> ein Honorarsystem, dass explizit Recherche - quasi als qualitativ-politisches Gut - finanziert. Das heißt, erst die anspruchsvoll bis profunde Recherche über gesellschaftspolitische Themen ist für den Sender ein Mehrwert, da erst durch ihre öffentlichkeitswirksame Aufklärungsleistung der Sender im Reigen der Medien heraussticht und so sein Renommee (siehe Kapitel 15.3.1.4.) und damit sein Ansehen steigern kann.

**Zusammenfassend** ergibt sich folgende Bewertung:

---

<sup>86</sup> Rückbesinnung heißt, dass es – nach Kenntnis des Autors dieser Studie - zum Beispiel beim SFB in den 1980er und Anfang der 1990er Jahre durchaus üblich war, mit festen freien Reportern ein Beitragshonorar zu vereinbaren, das die Anzahl der anfallenden Recherchetage berücksichtigt.

Sowohl die finanzielle Ausstattung einer Redaktion (Höhe des Budgets) als auch die Budget-Struktur beeinflussen Recherche. Insbesondere die Gestaltung des Honorarsystems ist ein entscheidender Einflussfaktor für Recherche. Hier zeigt sich, ob eine Redaktion ihr Budget in erster Linie zum Füllen von Sendepositionen einsetzt oder ob sie – zumindest teilweise – mit ihrem Budget anspruchsvolle bis profunde Recherchen finanziert, die langfristig zu einer Steigerung des Sender-Renommees führen, und somit letztlich einen Mehrwert für die Redaktion darstellen.

### **19.1.3. Personal**

Wie die Untersuchung gezeigt hat, kommt es bei allen Sendern zu personellen Engpässen, allerdings in unterschiedlichen Bereichen. Grundsätzlich gilt: Funktionsstellen müssen zur Aufrechterhaltung des Programmbetriebs besetzt werden. Dafür werden teilweise auch Reporter herangezogen (z.B. bei MDR Info), die für Recherchen entsprechend ausfallen, da diese wiederum nicht ersetzt werden (siehe Kapitel 17.2.3.).

Beim **RBB Inforadio** werden personelle Engpässe bei Funktionsstellen in der Regel nicht aus den Reihen der Reporter ersetzt. Allerdings ist die Reservebank insgesamt dünn besetzt, so dass Personalknappheit im Bereich der Aktuell-Reporter mit Volontären, Praktikanten u.ä. aufgefangen werden muss (siehe Kapitel 16.2.3.3.). Bei den zwei festangestellten Nahaufnahmereportern führt Personalnot in anderen Bereichen (z.B. wegen Krankheit oder Urlaub) dazu, dass sie mehr Reportagen für die werktägliche Sendeposition liefern müssen. Das hat zur Folge, dass anspruchsvolle bis profunde Recherchen auf Grund von Zeitmangel fallen gelassen werden (müssen) (siehe Kapitel 16.2.3.2.).

Bei **HR Info** ist die Organisation der Reporter dezentral am Desk-Information geregelt. Die Bereichsleiter treffen mit den Reportern verbindliche Absprachen über ihren jährlichen Beschäftigungsumfang (damit ist insbesondere für Feste-Freie ihr Einkommen verlässlich planbar). Personelle Engpässe werden entweder durch Zusatzschichten von Festen-Freien (attraktiv wegen der Extravergütung) oder mit festangestellten Reporter abgedeckt, die um Extraeinsätze ‚gebeten‘ werden. Fällt der Reporter der Story-Redaktion oder die

Gerichtsreporterin aus, werden die Stellen nicht ersetzt, ihre Recherchen bleiben in diesem Fall liegen (siehe Kapitel 18.2.3.).

Der Reporterpool von **NDR Info** ist (noch) relativ unantastbar. Die festgestellten Redakteure müssen aus ihren Reihen nur die Funktionsstelle des Reportage-Planers im wöchentlichen Wechsel besetzen. Allerdings hat ihre Reportertätigkeit grundsätzlich Vorrang. Das heißt, wenn der Themenbereich eines Reporters virulent wird, dann wird die Tätigkeit des Reportage-Planers nachrangig behandelt, wird allerdings meist nebenher weiter verfolgt. Die Leitungsebene hat allerdings angekündigt, dieses Konstrukt auf Grund zunehmender Personalengpässe bei anderen Redakteursschichten (RvD, Planer) aufzuweichen. Im Bereich der vornehmlich von Festen-Freien besetzten Wochenreporter gibt es zwar so gut wie keine personellen Engpässe, allerdings behindert die Zwei-Wochen-Regel<sup>87</sup> teilweise langfristige Recherchen. Dadurch kann das Recherche honorierende Vergütungssystem von **NDR Info** quasi durch die Hintertür ausgehebelt werden.

**Zusammenfassend** ergibt sich folgende Bewertung:

Sowohl die personelle Ausstattung als auch der Umgang mit personellen Engpässen beeinflussen Recherche. Insbesondere die Stellung der Reporter beim Umgang mit personellen Engpässen ist ein entscheidender Einflussfaktor für Recherche. Hier zeigt sich, ob eine Redaktion zum einen grundsätzlich mit so viel Personal ausgestattet ist, dass auch absehbar personelle Engpässe auf Grund von Urlaub und Krankheit ausgeglichen werden können, und zum anderen ob und in wie weit der Bereich der Reporter von personellen Engpässen tangiert wird, etwa, weil die Reporter selbst nicht ersetzt werden, andere Funktionsstellen übernehmen müssen oder weil sie mehr Output abzuliefern haben. Je autonomer und verlässlicher der Bereich der Reporter bei der Personalausstattung und -planung in einer Redaktion behandelt wird, desto höher ist die Möglichkeit für anspruchsvolle bis profunde Recherchen.

---

<sup>87</sup> Zur Erinnerung: Im Sechs-Wochen-Dienstplan von NDR Info dürfen die Wochenreporter nur für zwei Wochen disponiert werden (siehe Kapitel 15.2.3.3.).

#### **19.1.4. Teamarbeit**

Wie die Untersuchung gezeigt hat, ist Recherchearbeit in allen Sendern zu-  
meist eine Einzelleistung der Reporter. Personalintensive Teamrecherchen  
sind bei allen Inforadios die Ausnahme.

Bei **NDR Info** wird zunehmend - insbesondere bei profunden Recherchen -  
mit Rechercheteams gearbeitet, die sich idealiter in ihren Fähigkeiten und  
Kompetenzen ergänzen. Das wird von der Leitungsebene ausdrücklich befür-  
wortet. Die Teampartner finden sich selbst, was zwar die Stellung der festen  
freien Reporter stärkt, allerdings nicht zwingend zur sinnvollsten Kombination  
von Fähigkeiten und Kompetenzen der beteiligten Reporter führt (siehe Kapi-  
tel 15.2.4.1.).

Beim **RBB Inforadio** kommt es zwar drei bis viermal pro Jahr zu einer koor-  
dinierten Projektarbeit mit mehreren Reportern, allerdings steht ein klar defi-  
nierter Output im Vordergrund und nicht die Recherche als solche. Außerdem  
werden die Projektreporter nur teilweise von anderen Aufgaben entbunden  
(siehe Kapitel 16.2.4.1.).

Bei **MDR Info** kommt es im Grunde zu keiner nennenswerten Teamarbeit in  
Bezug auf Recherche, auch nicht mit der Recherchedaktion des MDR, die in  
Leipzig ansässig ist (siehe Kapitel 17.2.4.).

Bei **HR Info** ist der Reporter der Story-Redaktion explizit für die Koordination  
von Teamrecherchen zuständig, die allerdings allein schon auf Grund der Ein-  
Mann-Konstellation dieser Redaktionseinheit quantitativ begrenzt sein dürfte.  
Da letztlich alle Reporter vom Desk-Information betreut werden, besteht da-  
durch die Möglichkeit, exklusive Recherche geschichten auch in anderen HR-  
Wellen zu platzieren. Insofern arbeitet die Story-Redaktion eng mit dem Pro-  
gramm-Layout von **HR Info** zusammen, um die exklusiven Geschichten ent-  
sprechend aufzubereiten und damit letztlich prominente Programmplätze be-  
setzen zu können (siehe Kapitel 18.2.4.).

Der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass es sowohl bei **NDR Info** als  
auch beim **RBB Inforadio** erste Erkenntnisse mit bimedial arbeitenden Re-  
chercheprojekt-Teams gibt. Beide Sender planen diese Zusammenarbeit aus-

zubauen beziehungsweise zu institutionalisieren (siehe B-P-B von NDR Info, Kapitel 15.5.2.). Als Beispiel sei der ‚Aktuelle Tisch‘ der Rundfunkanstalt RBB genannt, mit dem wellenübergreifende Recherchen koordiniert werden sollen (siehe Kapitel 15.2.4.2. und 16.2.4.2.).

**Zusammenfassend** ergibt sich folgende Bewertung:

Die Möglichkeit zur Teamarbeit beeinflusst Recherche. Insbesondere die Möglichkeit, bei Teamarbeit nachhaltig die Fähigkeiten und Kompetenzen von Reportern zu ergänzen, ist ein entscheidender Einflussfaktor für Recherche. Hier zeigt sich, ob eine Redaktion zum einen tatsächlich an aufwendig profunden Recherchen Interesse hat und entsprechend das Personal zur Verfügung stellt, und zum anderen ob sie es schafft, die Fähigkeiten und Kompetenzen der Reporter so sinnvoll zu kombinieren, dass für verschiedene profunde Recherchevorhaben sich die jeweils Geeigneten zusammenfinden (siehe B-P-B von HR Info, Kapitel 18.5.2.). Je mehr eine Redaktion grundsätzlich Teamrecherchen strukturell ermöglicht und konstruktiv-kritisch die Auswahl des Teams begleitet, desto höher ist die Möglichkeit für profunde Recherchen und (möglicherweise) deren Ergiebigkeit.

#### **19.1.5. Rechercheertrag**

Wie die Untersuchung gezeigt hat, arbeiten die Reporter bei drei von vier Inforadios outputorientiert (siehe Kapitel 16.2.5.1.; 17.2.5.; 18.2.5.). Insbesondere für die sogenannten Aktuell-Reporter gilt zumeist die klassisch-formale Regel: Ein Tag, ein Beitrag. Entsprechend werden hier in aller Regel nur einfache Recherchearbeiten durchgeführt.

Bei **MDR Info** ist es durchaus üblich, dass die Festangestellten an mehreren Themen gleichzeitig arbeiten und einen Output von 10 bis 15 Beiträgen im Monat liefern. Entsprechend gering darf und kann der Rechercheaufwand sein (siehe Kapitel 17.2.5.)

Beim **RBB Inforadio** wird ebenfalls ertragsorientiert gearbeitet, das gilt auch für die aufwendigeren Projektrecherchen (siehe Kapitel 16.2.5.1.). Die Nahaufnahmereporter haben pro Woche in aller Regel jeweils eine siebenminütige Reportage abzuliefern, je nach Personalengpass (siehe Kapitel 16.2.3.2.) auch mehr. Der Rechercheaufwand bewegt sich zwischen einem Tag und ei-

ner Woche, findet entsprechend der finanziellen Ausstattung (siehe Kapitel 16.2.2.) daher nur im Sendegebiet statt. Der Dienstplan und das Sendegebiet bestimmen letztlich das Maß an Recherche (siehe Kapitel 16.2.5.2.).

Auch bei **HR Info** wird ertragsorientiert gearbeitet. Allerdings können sowohl Festangestellte als auch Feste-Freie Rechercheanträge bei der Leitungsebene stellen. Grundsätzlich geht die Leitungsebene davon aus, dass im Dienstplan disponierte Reporter während ihrer Arbeitszeit zum Beispiel ein für Recherchen wichtiges Kontaktnetz knüpfen und pflegen (siehe dazu B-P-B von NDR Info, Kapitel 15.5.1). Das wird als informelle Investition verstanden, die sich möglicherweise amortisiert. Die Story-Redaktion und die Gerichtsreporterin müssen keinen definierten Output liefern. Von ihnen wird ein informelles Verantwortungsbewusstsein erwartet, selbst für einen adäquaten Beitragsoutput zu sorgen. Der Rechercheaufwand ist nach direkter Absprache mit der Leitungsebene verhandelbar.

Bei **NDR Info** hat der Reporterpool keinen definierten Output zu liefern. Die Leitungsebene setzt auf das informelle Verantwortungsbewusstsein der Reporter, selbst für einen adäquaten Output zu sorgen. Das Kalkül – so die übereinstimmenden Aussagen – geht auf (siehe Kapitel 15.2.5.1.). Der Rechercheaufwand ist mit der Leitungsebene verhandelbar, ein Ausbremsen findet nicht statt (siehe Kapitel 15.2.5.2.).

**Zusammenfassend** ergibt sich folgende Bewertung:

Die Verpflichtung beziehungsweise Nicht-Verpflichtung der Reporter, journalistischen Output zu generieren, beeinflusst Recherche. Insbesondere die Entkoppelung von Recherche und Sendeposition ist ein entscheidender Einflussfaktor von Recherche. Hier zeigt sich, ob es einer Redaktion in erster Linie darauf ankommt, Sendeplätze mit Reporterbeiträgen zu füllen und insofern Recherche mindestens als nachrangig wenn nicht nur als Mittel zum Zweck betrachtet wird, oder ob es darum geht, in der Recherche die originäre Aufgabe der Reporter zu sehen und den Output als nachrangig zu betrachten. Je mehr eine Redaktion – zumindest für einige Reporter – die journalistische Tätigkeit des Recherchierens nicht mit einer Sendeposition verknüpft, desto mehr Möglichkeiten entstehen für anspruchsvolle bis profunde Recherchen.



### 19.1.6. Autonomie

Wie die Untersuchung gezeigt hat, haben die drei Inforadios der Mehr-Länder-Rundfunkanstalten (NDR, MDR und RBB) kein Durchgriffsrecht auf die Reporter der Landesfunkhäuser beziehungsweise Regionalstudios. Auch gibt es weder Einsicht noch eine direkte Einflussmöglichkeit auf die Planung der Funkhäuser respektive ihrer regionalen Hörfunkwellen. Die Sender können letztlich nur ihren Bedarf anmelden und um Beiträge – für ihr Info-Format – bitten. Insgesamt ist die klassische ARD-Struktur der autonomen Landesfunkhäuser und deren Studios für die überregional sendenden Inforadios ein Problem (siehe Kapitel 15.2.6.1.; 16.2.6.1.; 17.2.6.).

**MDR Info** versucht diese Problematik zu umgehen, indem drei sogenannte Länderkorrespondenten direkt für den Sender und sein spezielles Nachrichtenformat tätig sind (siehe Kapitel 17.2.6.).

Das **RBB Inforadio** versucht mit langfristiger Planung und auf bilateralem Wege, dieses Problem in den Griff zu bekommen. Der Sender kann zwar theoretisch seine Reporter ins gesamte Sendegebiet schicken, allerdings ist das zeitlich und finanziell kaum leistbar. Auch fehlen dem Sender die finanziellen Mittel, um die zumeist freien Autoren in den Regionalstudios zu engagieren. Insofern findet eine Belieferung des rechercheaufwendigen Reportageformats Nahaufnahme aus diesen Studios nicht statt (siehe Kapitel 16.2.6.1.).

Bei **NDR Info** hat die Wellenchefin zwar gleichzeitig die Position der Hörfunk-Chefredakteurin, damit ist sie allerdings innerhalb der NDR-Hierarchie den Landesfunkhausdirektoren nicht übergeordnet. De facto bleibt auch sie in der Rolle einer – wenn auch bedeutenderen – Bittstellerin (wie sich beobachten ließ). **NDR Info** löst das Problem entweder auf bilateral-informellem Wege, oder schlicht indem ein freier Autor eingekauft wird, der dann das spezielle Sendeformat liefert. Beim Reporterpool sticht zumeist das Argument der speziellen Fachkompetenz der Reporter (siehe Kapitel 15.2.1.).

Bei **HR Info** gibt es diese Problematik nicht. Die Struktur des Hessischen Rundfunks als sogenannte Ein-Länder-Anstalt ist mit dem für alle Reporter zuständigen Desk-Information hierarchisch unter dem Dach von **HR Info** an-

gesiedelt. Damit liegt die Entscheidungsautonomie nicht bei den Regionalstudios sondern letztlich bei **HR Info** (siehe Kapitel 18.2.1.).

Bei der Frage nach der Entscheidungsautonomie der Reporter hat die Untersuchung ergeben, dass die Reporter der Infosender keinem Tendenzschutz unterliegen. In diesem Bereich sind insbesondere die hierarchisch herausgehobenen Reporter (siehe Kapitel 19.1.1.) autonom in ihren Rechercheentscheidungen. Begrenzt wird diese Autonomie durch andere Einflussfaktoren wie zum Beispiel die Outputorientierung einiger Sender (siehe Kapitel 19.1.5.). Die Recherchen der Reporter der Infosender werden in aller Regel maximal auf Plausibilität hin überprüft. Ausnahmen sind die profunden, insbesondere die investigativen Recherchen, die von den Justizariaten überprüft werden.

**Zusammenfassend** ergibt sich folgende Bewertung:

Der Grad der Autonomie der Infosender sowie der Reporter beeinflusst die Recherche. Insbesondere die Autonomie der Landesfunkhäuser und deren Studios ist ein entscheidender Einflussfaktor von Recherche. Diese Struktur wird von der Leitungsebene der Rundfunkanstalten vorgegeben. Die Struktur beim HR zeigt, wie Reporter hierarchisch unter dem Dach der für Information zuständigen Welle angesiedelt werden können. Dadurch ist eine sendeanstaltsweite Planung und Verwendung der Reporter möglich. Mindestens anteilig ließe sich dieses Modell auch auf Mehr-Länder-Anstalten übertragen, wenn z.B. die Planung der Landesfunkhäuser für die Infosender einsehbar und beeinflussbar wäre.<sup>88</sup> Auch könnten Teile der Reporter der Landesfunkhäuser von einem unter dem Dach der Infosender angesiedelten ‚Aktuellen Tisch‘ gesteuert werden.

Beim derzeitigen Status quo zeigt sich, ob und in wie weit Redaktionen Strukturen schaffen, die ihre Entscheidungsautonomie gegenüber den Landesfunkhäusern und deren Studios stärken, oder ob sie sich weitgehend mit dem strukturellen Status quo arrangieren. Je höher (im öffentlich-rechtlichen Rundfunk) der Grad der Autonomie einer Redaktion ist, desto leichter können rechercherelevante Entscheidungen getroffen werden.

---

<sup>88</sup> Bereits jetzt verfügen die Sender über ein sogenanntes Intranet. Ansonsten ließe sich das auch mit dem sogenannten Cloud-Computing organisieren.

### 19.1.7. Kommunikation

Wie die Untersuchung gezeigt hat, gibt es bei den Infosendern sehr unterschiedliche Feedback-Kulturen. Außerdem ließen sich bei **NDR Info** und beim **RBB Inforadio** zwei unterschiedliche Kommunikationszentralen eruieren.

Bei **NDR Info** ist Feedback nicht institutionalisiert, es gibt im Grunde keine ausgeprägte Feedback-Kultur. Die Beiträge des Reporterpools werden auf Redaktionssitzungen zwar hin und wieder, insbesondere von der Entscheidungsebene, lobend erwähnt (siehe Kapitel 15.2.7.1), allerdings werden Recherchen nicht explizit genannt. Kommunikation über Recherche findet unter den Reportern selbst statt (siehe Kapitel 15.2.7.3. und 15.2.7.4.). Der ‚kommunikative Schmelztiegel‘ bei **NDR Info** ist das sogenannte Planerzimmer. Hier wird zum einen informell-inhaltlich über (den Prozess von) Recherche gesprochen, zum anderen beginnen hier für das Senderselbstverständnis wesentliche Diskussionen. Außerdem wird auf den Reporterpool-Sitzungen der Stellenwert des Pools innerhalb der Redaktion ausgelotet (siehe Kapitel 15.2.7.3.). Für die Mitarbeiter des ‚Maschinenraums‘ (RvD, Planer, Fachredakteure etc.) ließ sich kein nennenswertes Feedback erkennen, was durchaus als demotivierend empfunden wird (siehe Kapitel 15.2.7.6.). Insgesamt ist bei **NDR Info** das Informelle deutlich ein integraler Bestandteil der Redaktion.

Beim **RBB Inforadio** gibt es eine ausgeprägte Feedback-Kultur, die alle Bereiche der Redaktion erfasst. Dafür sorgen institutionalisierte Feedback-Runden - täglich sowohl auf den Redaktionskonferenzen als auch mit Stichwortplan für die Teams im Newsroom sowie wöchentlich mit Vertretern der Leitungs- und Entscheidungsebene. Trotz dieser Institutionalisierung gibt es die Problematik, dass Lob und Kritik nicht immer bei den Adressaten ankommen, wie beispielsweise bei den Nahaufnahmereportern, die weitgehend allein für die anspruchsvollen Recherchen zuständig sind. Insgesamt entsteht durch diese Feedback-Runden ein Diskurs zwischen allen Ebenen nicht zuletzt auch über das Senderselbstverständnis (siehe Kapitel 16.2.7.6.). Der ‚kommunikative Schmelztiegel‘ beim **RBB Inforadio** ließ sich an der Planunginsel eruieren. Hier beeinflusst die Entscheidungsebene im Sinne diskursiver Koordinierung das Programm, in dem hier maßgeblich über Themenideen, Sendeplätze, Interviewpartner und Abläufe gesprochen wird (siehe Kapitel 16.2.7.3.).

Über (den Prozess von) Recherche wird im Wesentlichen im Bereich der Nah-aufnahmereporter auf informeller Ebene gesprochen (siehe Kapitel 16.2.7.4.).

Bei **MDR Info** wird sich wahrscheinlich auf Grund räumlicher Veränderungen, ein ‚kommunikativer Schmelztiegel‘ um den Bereich der Planungsredaktion und der CvD entwickeln. Insgesamt setzt der Sender – soweit sich das eruieren ließ – weitgehend auf diskursive Koordinierung, insbesondere im Bereich der Recherche (siehe Kapitel 17.2.7.).

Bei **HR Info** gibt es eine stark formalisierte Feedback-Kultur. Zum einen ist die Programmkritik auf den Redaktionskonferenzen institutionalisiert und auch definiert, zum anderen gibt es eine externe HR-weite Monitoringredaktion, die nach strengen Regeln Einzel- bzw. Gruppen-Feedbacks durchführt, so dass – mindestens theoretisch – alle Bereiche (Nachrichten, Planung etc.) mit Lob und Kritik bedacht werden. Darüber hinaus findet Kommunikation über Recherchen, Beiträge etc. durchaus auch auf informeller Ebene statt (siehe Kapitel 18.2.7.).

**Zusammenfassend** ergibt sich folgende Bewertung:

Die Kommunikation in den Infosendern beeinflusst die Recherche. Insbesondere die Verortung (Schmelztiegel) von Kommunikation sowie die Feedback-Kultur sind entscheidende Einflussfaktoren für Recherche.

Alle Infosender setzen deutlich auf diskursive Koordinierung. Insofern ist das Informelle bei allen Sendern ein integraler Bestandteil ihrer Redaktionen. Hier zeigt sich allerdings, ob in einer Redaktion das maßgebliche Kommunikationszentrum um die Entscheidungsebene gruppiert ist, oder ob das maßgebliche Kommunikationszentrum eher bei der Operationsebene angesiedelt ist. Je mehr die – auch informelle – Kommunikation in Bezug auf die Operationsebene stattfindet, desto mehr wird direkt über rechercherelevante Belange gesprochen. Die Wertigkeit der Operationsebene und damit indirekt auch der Recherche steigt. Umgekehrt: Je mehr die – auch informelle – Kommunikation in Bezug auf die Entscheidungsebene stattfindet, desto mehr wird über programmorganisatorische Belange gesprochen. Die Wertigkeit der Operationsebene und damit indirekt der Recherche sinkt.

Zur Feedback-Kultur:

Hier zeigt sich, ob einer Redaktion (wie beim **RBB Inforadio**) daran gelegen ist, alle Bereiche mit einem adäquaten Feedback (Lob und Kritik) zu versorgen und damit in Kauf nimmt, dass kein Bereich besonders hervorsticht, oder ob eine Redaktion (wie bei **NDR Info**) eher nur einen (Leuchtturm-) Bereich mit Lob und Kritik versorgt und damit akzeptiert, dass die weiteren Redaktionsbereiche quasi in einem Feedback-Schatten bleiben.

In beiden Redaktionen wurde von der Problematik berichtet, den unterschiedlichen Gewerken, teilweise auch der Entscheidungsebene, den Mehrwert von Recherchen (auch für das Renommee des Senders insgesamt) zu verdeutlichen (siehe Kapitel 15.2.6.2.; 16.4.2.4.; B-P-B von RBB Inforadio, Kapitel 16.5.2.). Die einfache Formel ‚je mehr Feedback für alle, desto besser für die Recherche‘ lässt sich also nicht ableiten. Es geht eher um ein Feedback, das Recherche nicht als Einzelleistung, sondern als redaktionelle Teamleistung begreift, und zwar im Sinne einer strategischen Vision, so dass die Bewertung lauten muss: Je mehr sich in Redaktionen das Feedback der einzelnen Bereiche auf deren – auch mittelbaren - Anteil an Recherchevorhaben bezieht, desto größer wird die Identifikation mit anspruchsvollen bis profunden Recherchen, so dass letztlich ein kollektives Bewusstsein in der Redaktion entsteht, das Recherche als gesellschaftspolitischen Auftrag erfasst.

## **19.2. Bewertung der politischen Einflussfaktoren**

### **19.2.1. Senderselbstverständnis**

Wie die Untersuchung gezeigt hat, spielen für ein Senderselbstverständnis sowohl die Sinnvermittlung der Leitungsebene über Rolle und Aufgabe der Welle und in diesem Zusammenhang die Möglichkeiten von Recherche eine bedeutende Rolle als auch das Verständnis und die Umsetzung dieser Sinnvermittlung auf der Entscheidungs- und Operationsebene.

Bei **NDR Info** signalisiert die Leitungsebene deutlich, dass Recherche gewollt ist und entsprechend als Markenkern betrachtet wird. Das zeigt sich durch die Institutionalisierung des Reporterpools und seine hierarchisch herausgehobene Stellung innerhalb der Redaktion (siehe Kapitel 15.3.1.2.). Die Reporter werden auf dieser Bekenntnisebene getragen und revanchieren sich mit exklusiven Recherche Geschichten, die das Renommee des Senders steigern (siehe Kapitel 15.3.1.4.). Insgesamt agieren alle Ebenen aus einem Gefühl

der finanziellen Stärke heraus, wohl wissend, dass sich das auch ändern kann (siehe Kapitel 15.3.1.3.). Daraus folgt insgesamt ein Senderselbstverständnis, das NDR Info als einen im Reigen der Medien deutlich wahrnehmbaren Informationssender mit Recherche-Leuchttürmen begreift (siehe Kapitel 15.3.1.1.).

Das **RBB Inforadio** ist als Infosender konzipiert, der ‚Nachrichten mit Hintergrund‘ liefern soll. Die Hauptstadtlage liefert den Markenkern des Senders, dessen ist man sich sowohl auf der Leitungs- als auch der Entscheidungs- und Operationsebene bewusst (siehe Kapitel 16.3.1.1.). Die Leitungsebene signalisiert, dass sich Wahrnehmbarkeit im Reigen der (Hauptstadt-) Medien über interessante Gesprächspartner herstellen lässt. Entsprechend wird beim Inforadio auf anspruchsvolle Interviewpartner-Recherche gesetzt. Es wird nicht suggeriert, dass sich das **RBB Inforadio** als Recherchesender sieht. Der Anspruch an die Recherchearbeiten, insbesondere auch der Nahaufnahmereporter, orientiert sich an der zuverlässigen Besetzung der entsprechenden Sendeposition. Insofern sind die Geschichten nah an den Menschen (Hörern) wichtiger als Exklusiv-Recherchen, was von den Nahaufnahmereportern durchaus kritisch gesehen wird (siehe Kapitel 16.3.1.2.). Daraus ergibt sich insgesamt ein Senderselbstverständnis, das **RBB Inforadio** als einen Infosender mit ausgeprägtem Hauptstadtfokus begreift, der seine Wahrnehmbarkeit im Reigen der Medien in erster Linie durch anspruchsvolle Interviews erhöhen will. Dem gehen anspruchsvolle Interviewpartner-Recherchen voraus.

**MDR Info** ist als klassisches Nachrichtenradio im Sinne einer reinen Abspielstation konzipiert. Entsprechend fehlen Strukturen wie zum Beispiel Fachredaktionen oder ein Reporterpool. Das Fehlen dieser Strukturen wird auf allen Ebenen kritisiert, denn sowohl die Leitungs- als auch die Entscheidungs- und Operationsebene sind der Meinung, dass insbesondere in Bezug auf anspruchsvolle bis profunde Recherchen mehr geleistet werden könnte. Das Senderselbstverständnis von **MDR Info** wird demnach getragen von der Kritik an der Grundkonzeption als klassisches Nachrichtenradio (siehe Kapitel 17.3.1.). Insofern orientiert sich **MDR Info** derzeit stark an seinen Hörerwünschen und versucht zumindest an dieser Stelle anspruchsvolle Recherchen umzusetzen und dadurch im Reigen der Medien einen Akzent zu setzen (siehe B-P-B von MDR Info, Kapitel 17.5.).

**HR Info** ist in die Gesamtstrategie des Hessischen Rundfunks eingebettet und setzt insgesamt deutlich auf regionale Beichterstattung. Die Leitungsebene von **HR Info** signalisiert deutlich, dass exklusive Recherchegeschichten mit regionalem Bezug gewollt sind und einen Mehrwert für den Sender bedeuten. Allerdings gelingt es der Leitungsebene trotz Institutionalisierungsmaßnahmen für anspruchsvolle bis profunde Recherchen (Story-Redaktion, Verfahrensweise) nur eingeschränkt, den Gewerken insgesamt diesen Mehrwert zu verdeutlichen. Daraus ergibt sich insgesamt ein Senderselbstverständnis, das **HR Info** als Informationssender mit Regionalbezug begreift, der mit gelegentlichen Exklusivrecherchen seine Wahrnehmbarkeit im Reigen der Medien erhöhen will (siehe Kapitel 18.3.1.).

**Zusammenfassend** ergibt sich folgende Bewertung:

Das Senderselbstverständnis beeinflusst die Recherche. Insbesondere die Sinnvermittlung der Leitungsebene über die Wertigkeit von Recherche ist ein entscheidender Einflussfaktor für Recherche. Hier zeigt sich, ob und in wie weit die Leitungsebene einer Redaktion anspruchsvolle bis profunde Recherchen als Mehrwert definiert und ob und in wie weit sie den Sinn dieser Definition ihrer Redaktion insgesamt vermitteln kann respektive ob und in wie weit die Redaktion der Definition und der Sinnvermittlung der Leitungsebene folgt. Je deutlicher die Leitungsebene Recherche als Mehrwert definiert und das durch entsprechende Strukturen untermauert, desto wichtiger ist eine entsprechende Sinnvermittlung, damit mindestens langfristig in der Redaktion ein kollektives Bewusstsein entsteht, das Recherche als gesellschaftspolitischen Auftrag begreift.

### **19.2.2. Rollenselbstverständnis**

Bei den Leitfadenterviews kam es an dieser Stelle bei allen Befragten zu leicht zögerlichen Antworten. Insbesondere die Begrifflichkeiten ‚Aufklärung‘ und ‚Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus‘ gaben bei einigen Befragten Anlass zum Nachdenken, teilweise wurde der Impetus, der vermeintlich hinter diesen Begrifflichkeiten steht, moniert. Daraus kann wohl zum einen geschlossen werden, dass sich die Befragten eher selten reflektierend mit ihrer Rolle als Journalist auseinandersetzen, zum anderen, dass auf Grund positiver wie negativer Interpretation der Begrifflichkeiten insgesamt an die-

ser Stelle die Antworten durchaus authentisch waren und nicht im Sinne einer sozialen Erwünschtheit formuliert wurden.

Wie die Untersuchung gezeigt hat, verstehen sich alle Befragten der Infosender in erster Linie als Informationsvermittler mit unterschiedlicher Tendenz zum interpretativen Journalismus, der neben Fakten auch Zusammenhänge, Hintergründe und Analysen liefern will (vgl. Weischenberg 1995, 115). Darüber hinaus traten insbesondere bei der Haltung zur ‚Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus‘ deutliche Abweichungen zu Tage.

Bei **NDR Info** verstehen sich die Befragten als Informationsvermittler mit meinungsbildenden Anteilen, also mit einer Tendenz zum interpretativen Journalismus (siehe Kapitel 15.3.2.1.). Sowohl auf Leitungs- als auch auf Entscheidungs- und Operationsebene wird die ‚Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus‘ deutlich bejaht. Es herrscht die Haltung vor, dass Journalisten eine gesellschaftspolitische Wächterrolle haben und durch ihre Berichterstattung gelegentlich gesellschaftliche Veränderungsprozesse in Gang gesetzt werden (siehe Kapitel 15.3.2.2.).<sup>89</sup>

Beim **RBB Inforadio** verstehen sich die Befragten als Informationsvermittler mit deutlicher Tendenz zum interpretativen Journalismus. Es herrscht die Haltung vor, dass Informationen in Zusammenhänge gestellt werden müssen, damit sie verstehbar werden (siehe Kapitel 16.3.2.1.), auch oder gerade mit Hilfe unterhaltender Elemente (siehe Kapitel 16.3.2.3.). Die ‚Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus‘ wird zwar durchaus nicht negiert, allerdings auch nicht als dessen Hauptaufgabe, sondern nur als mittelbare Funktion betrachtet (siehe Kapitel 16.3.2.2.).

Bei **MDR Info** liegt der Fokus deutlich auf der Informationsvermittlung. Die Befragten sehen ihre Rolle in erster Linie in einer objektiven Berichterstattung, nur in Ansätzen werden Tendenzen eines interpretativen Journalismus sichtbar. Die ‚Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus‘ wird nicht als in-

---

<sup>89</sup> Die an dieser Stelle vermeintlich durchscheinende sozial erwünschte Haltung wurde, wie in Kapitel 15.3.2.2. ausgeführt, durch den Methodenmix (soweit so etwas möglich ist) widerlegt. Auch die Tatsache, dass bei NDR Info die genannten Begrifflichkeiten nicht von allen Befragten sofort positiv interpretiert wurden, spricht gegen Formulierungen im Sinne einer sozialen Erwünschtheit.



dividuelle Aufgabe verstanden, sondern entsteht quasi mittelbar aus einer permanenten Berichterstattung heraus (siehe Kapitel 17.3.2.).

Bei **HR Info** verstehen sich die Befragten als Informationsvermittler mit deutlicher Tendenz zum interpretativen Journalismus. Es herrscht die Haltung vor, dass Informationen in Zusammenhänge gestellt werden müssen, damit sie verstehbar werden. Dabei wird großer Wert auf die Aufbereitung gelegt, die nicht nur unterhaltsam sein darf, sondern bei exklusiven Recherchege-schichten sogar reißerisch sein kann. Die ‚Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus‘ wird als individuelle Aufgabe des einzelnen Journalisten verstanden (siehe Kapitel 18.3.2.).

**Zusammenfassend** ergibt sich folgende Bewertung:

Das Rollenselbstverständnis der Journalisten beeinflusst die Recherche. Insbesondere die Haltung zur ‚Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus‘ als auch die Tendenz zum interpretativen Journalismus sind entscheidende Einflussfaktoren für Recherche. Hier zeigt sich, ob in einer Redaktion die Haltung vorherrscht, dass die ‚Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus‘ eine unmittelbar-individuelle Aufgabe jedes einzelnen Journalisten ist, oder ob die Haltung vorherrscht, dass es sich eher um eine mittelbare Funktion handelt, die durch eine permanente Berichterstattung entsteht. Je mehr die ‚Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus‘ zum unmittelbaren Rollenselbstverständnis der Journalisten zählt, desto mehr kann sich Recherche als gesellschafts-politische Aufgabe im kollektiven Bewusstsein einer Redaktion verankern und desto mehr Möglichkeiten ergeben sich für anspruchsvolle bis profunde Recherchen, ohne die der Journalismus seine ‚Kritik und Kontrollfunktion‘ gar nicht wahrnehmen könnte.

Es zeigt sich hier auch, ob in einer Redaktion eine positive Haltung zum interpretativen Journalismus vorherrscht, denn um Zusammenhänge, Hintergründe und Analysen liefern zu können, bedarf es mindestens anspruchsvoll(er)er Recherchen. Je mehr also in einer Redaktion die Tendenz zum interpretativen Journalismus ausgeprägt ist, desto mehr Möglichkeiten entstehen für anspruchsvolle bis profunde Recherchen.

### 19.2.3. Öffentlich-rechtlicher Auftrag

Bei den Leitfadeninterviews wurde an dieser Stelle von allen Befragten ohne jedes Zögern geantwortet. Das deutet auf eine Haltung hin, die auf grundlegenden Überzeugungen basiert (siehe Kapitel 7.1.).

Wie die Untersuchung gezeigt hat, ist für alle Befragten der öffentlich-rechtliche Auftrag von existenzieller Bedeutung und mithin eine Säule unserer Demokratie (siehe Kapitel 15.3.3., 16.3.3., 17.3.3., 18.3.3.).

Bei **NDR Info** wird der öffentlich-rechtliche Auftrag als Aufforderung interpretiert, Öffentlichkeit mittels Qualitätsjournalismus herzustellen. Die Haltung, von der Gesellschaft durch einen Auftrag für Qualitätsjournalismus legitimiert worden zu sein, wird gleichzeitig als Privileg angesehen. Die Herstellung von Qualitätsjournalismus wird als Existenz sichernd angesehen (siehe Kapitel 15.3.3.1.). Kritisch wird die Umsetzung des öffentlich-rechtlichen Auftrages gesehen, insbesondere mit Blick auf die vielfach kritisierte Entpolitisierung des Journalismus (siehe Kapitel 3). Auch für **NDR Info** wird hier – trotz des Reporterpools – durchaus Nachbesserungsbedarf gesehen (siehe Kapitel 15.3.3.2.).

Beim **RBB Inforadio** wird der öffentlich-rechtliche Auftrag zugleich als Verpflichtung und Möglichkeit zur unabhängigen Herstellung von Qualitätsjournalismus interpretiert (siehe Kapitel 16.3.3.1.). Deutliche Kritik wird an der Umsetzung des Auftrages im öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Allgemeinen geübt, deutlich weniger Kritik an der Umsetzung im **RBB Inforadio**. Die Konvergenzerscheinungen zwischen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Allgemeinen und privaten Medien sorgen insgesamt für Unbehagen. Vor allem stellt sich die Frage, ob denn Qualitätsjournalismus vom Publikum goutiert wird und insofern überhaupt Existenz sichernd sein kann (siehe Kapitel 16.3.3.2.).

Bei **MDR Info** wird der öffentlich-rechtliche Auftrag zugleich als Verpflichtung und Möglichkeit für eine unabhängige Berichterstattung interpretiert (siehe Kapitel 17.3.3.).

Bei **HR Info** wird der öffentlich-rechtliche Auftrag als Garant für unabhängige Berichterstattung interpretiert, allerdings eher jenseits der aktuellen Bericht-

erstattung. Als Konsequenz daraus ergibt sich eine Haltung, die anspruchsvolle bis profunde Recherchen am ehesten bei den Infowellen des ARD-Hörfunks angesiedelt sieht. Kritisiert wurde in diesem Zusammenhang das fehlende Selbstbewusstsein des Hörfunks. Das begünstigt einen zunehmenden ‚Verwaltungs-Journalismus‘ (siehe Kapitel 18.3.3.).

**Zusammenfassend** ergibt sich folgende Bewertung:

Der öffentlich-rechtliche Auftrag beeinflusst die Recherche. Dabei ist die grundlegende Überzeugung bei allen Befragten, dass der öffentlich-rechtliche Auftrag ein Garant für unabhängige Berichterstattung ist und damit insgesamt als Aufforderung zur Herstellung von Qualitätsjournalismus interpretiert wird. Auf dieser grundlegenden Überzeugung fußt die Kritik der Befragten an der Umsetzung des öffentlich-rechtlichen Auftrages. Insbesondere diese Kritik ist ein entscheidender Einflussfaktor für Recherche. Hier zeigt sich, ob es in einer (öffentlich-rechtlichen) Redaktion eine selbstbewusst-kritische Auseinandersetzung oder ob es eine Zufriedenheit mit der Umsetzung des öffentlich-rechtlichen Auftrags gibt. Je höher in einer (öffentlich-rechtlichen) Redaktion der Anteil an kritischem Diskurs über die Umsetzung des öffentlich-rechtlichen Auftrages ist, desto geringer ist die vergleichsweise sprachlose Zufriedenheit, die letztlich einem weniger selbstbewussten Verwaltungs-Journalismus den Weg ebnet.

### **19.3. Bewertung der professionellen Einflussfaktoren**

#### **19.3.1. Aus- und Fortbildung**

Wie die Untersuchung gezeigt hat, verlief der Berufseinstieg der befragten Journalisten zumeist klassisch über Studium, Volontariat und / oder Journalistenschule, nur sehr wenige waren vorher in einem anderen Berufsfeld aktiv (siehe Kapitel 15.4.1.1., 16.4.1.1., 17.4.1., 18.4.1.).

Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass sich Themenkompetenzen bei den Reportern der Infosender im Laufe der Zeit durch „Selbstqualifizierung“ (vgl. Lublinski 2004, 49) entwickelten. Die Reporter erarbeiten sich einen Ruf, in dem sie eine „informelle Karriere“ (Kastl 1994, 199) durchlaufen. Die Fachkompetenz des Recherchierens erwerben die Reporter der Infosender in aller Regel nicht systematisch – außer zum Teil während der Ausbil-

dungszeit – sondern durch ein ‚Learning by doing‘ (siehe Kapitel 15.4.1.3.; 16.4.1.3.; 17.4.1.; 18.4.1.).

Insbesondere dieses ‚Learning by doing‘ ist als Teil der ‚informellen Karriere‘ anzusehen. Denn die Selbstqualifizierung der Reporter basiert letztlich auf Recherchearbeit. Das heißt anspruchsvolle bis profunde Recherchen können – nicht müssen – Themenkompetenzen der Reporter erweitern und fördern gleichzeitig deren Fachkompetenz des Recherchierens über das ‚Learning by doing‘.

Bei **NDR Info** wird von den Reportern des Reporterpools eine fachliche Spezialisierung erwartet. Dabei ermöglicht die besondere Stellung des Reporterpools den Reportern, ihre Themenkompetenzen - aus Neigung oder Interesse – selbst zu definieren und durch Selbstqualifizierung zu entwickeln. Die informelle Karriere der Reporter ist also quasi die Grundlage des Reporterpools und gehört damit zum Markenkern von **NDR Info** (siehe Kapitel 15.4.1.2.). Die Fachkompetenz des Recherchierens wurde im Grunde durch ein ‚Learning by doing‘ erworben, insbesondere im Bereich der anspruchsvollen bis profunden Recherchen. Darüber hinaus wird von den Reportern erwartet, an entsprechenden Weiterqualifizierungsmaßnahmen teilzunehmen, allerdings besteht dazu kein Zwang (siehe Kapitel 15.4.1.3. und 15.4.1.4.).

Beim **RBB Inforadio** erarbeiten sich einige Reporter auf Grund vermehrter Berichterstattung eine gewisse fachliche Spezialisierung, allerdings im Sinne einer abgeschwächten Selbstqualifizierung, die insgesamt zu dem Ruf führt, sich in seinem Themengebiet gut auszukennen aber nicht zu fundiertem Expertenwissen mit Insiderkenntnissen. Dafür lässt das Zeitbudget keinen Raum (siehe Kapitel 16.4.1.2.). Die Fachkompetenz des Recherchierens erwerben die Reporter durch ein permanentes ‚Learning by doing‘, allerdings mehrheitlich im Bereich der einfachen bis anspruchsvollen Recherche (siehe Kapitel 16.4.1.3.). Weiterqualifizierungsmaßnahmen finden (derzeit) nicht statt und (siehe Kapitel 16.4.1.4.).

Bei **MDR Info** arbeiten – auf Grund seiner Konzeption (siehe Kapitel 17.3.1.) – in der Regel Generalisten, es gibt nur sehr wenige Fachjournalisten. Diese haben ihre fachliche Spezialisierung durch Selbstqualifizierung erworben. Ansonsten gibt es Kollegen mit einem ‚guten Ruf‘ für ein bestimmtes Thema.

Die Fachkompetenz des Recherchierens wird durch ‚Learning by doing‘ erworben, allerdings in aller Regel im Bereich der einfachen bis anspruchsvollen Recherche. Weiterqualifizierungsmaßnahmen sind zwar erwünscht, dürften allerdings auf Grund der finanziellen Möglichkeiten eher eine Ausnahme sein (siehe Kapitel 17.4.1.).

Bei **HR Info** wird Wert auf Themenzuständigkeiten gelegt, auch bei festen freien Reportern. Allerdings wird das als informell zu erbringende Leistung angesehen, für die es keine institutionellen Strukturen gibt. Die Fachkompetenz des Recherchierens wird durch ‚Learning by doing‘ erworben. Weiterqualifizierungsmaßnahmen sind zwar erwünscht, aber der Eigeninitiative der Reporter überlassen (siehe Kapitel 18.4.1.).

**Zusammenfassend** ergibt sich folgende Bewertung:

Die Aus- und Fortbildung beeinflusst die Recherche. Insbesondere die Möglichkeit zur Herausbildung einer Themenkompetenz und die Möglichkeit, Fachkompetenzen im Bereich des Recherchierens erwerben zu können, sind entscheidende Einflussfaktoren für Recherche. Hier zeigt sich, ob in einer Redaktion die Reporter durch Institutionalisierungsmaßnahmen die Möglichkeit zu einer fundierten Selbstqualifizierung haben, oder ob Selbstqualifizierung als eine individuelle Leistung der Reporter angesehen wird, die zu einem ‚guten Ruf‘ führt und sich irgendwann amortisieren wird – oder auch nicht. Außerdem zeigt sich hier, ob in einer Redaktion die Fachkompetenz des Recherchierens systematisch von den Reportern erlernt werden soll, zum Beispiel durch verbindliche Weiterqualifizierungsmaßnahmen, oder ob auf das selbstreferentielle ‚Learning by doing‘ gesetzt wird (Kompetenzen für anspruchsvolle bis profunde Recherchen lassen sich durch das Praktizieren derselben erlernen bzw. erweitern). Je mehr in Redaktionen durch institutionelle Maßnahmen die Möglichkeiten zur Herstellung von Themenkompetenzen geschaffen werden, desto mehr Möglichkeiten entstehen für anspruchsvolle bis profunde Recherchen, die wiederum die Möglichkeit schaffen, durch ‚Learning by doing‘ die Fachkompetenz des Recherchierens zu erweitern.

Die Fachkompetenz des Recherchierens lässt sich natürlich auch über systematische Qualifizierungsmaßnahmen erwerben und erweitern. Auch kann die Selbstqualifizierung für Themenkompetenzen in der Freizeit erfolgen, beziehungsweise können Themenkompetenzen auf Grund von Studium oder Arbeit

in entsprechenden Berufsfeldern vorhanden sein. Es ist von daher nicht zwingend, dass Themenkompetenzen zu anspruchsvollen bis profunden Recherchen führen, beziehungsweise dass Recherchekompetenz überhaupt zur Anwendung kommt.

Insofern basiert die obige Bewertung auf der Basis, dass eine Redaktion zum einen überhaupt von ihren Reportern Themenkompetenzen erwartet und entsprechend die Herstellung dieser Themenkompetenzen ermöglicht und zum anderen Recherchegeschichten als Markenkern, mindestens jedoch als Mehrwert ansieht.

### **19.3.2. Recherchekompetenz**

Wie die Untersuchung gezeigt hat, müssen bei allen Inforadios die Recherchen im Wesentlichen in Art und Umfang den Anforderungen der ‚einfachen Recherche‘ genügen (siehe Kapitel 15.4.2.1., 16.4.2.1., 17.4.1., 18.4.1.). Formalisierte Kontrollen der Rechercheergebnisse (z.B. durch Recherchedokumentationen) gibt es nicht, es wird hier deutlich auf diskursive Koordination gesetzt. Ausgenommen sind investigative Recherchen, die vom Justizariat der jeweiligen Rundfunkanstalt abgesegnet werden müssen (15.4.2.3., 16.4.2.3., 17.4.1., 18.4.1.).

Bei **NDR Info** kann der Rechercheanspruch – also die Haltung gegenüber den Rechercheleistungen – als ambitioniert bezeichnet werden, denn die Recherchen der Reporter bei **NDR Info** sollen nicht nur gesellschaftspolitisch relevant sein, sondern bestenfalls auch zu gesellschaftspolitischen Veränderungen führen ( siehe Kapitel 15.4.2.1.). Zwar wird das Recherchieren insgesamt als ein erlernbares Handwerk angesehen, aber insbesondere für profunde Recherchen benötigt ein Reporter so etwas wie eine spezielle charakterliche Triebfeder, den Willen zur Aufklärung – Stichwort: Spürnase (siehe Kapitel 15.4.2.2.). Formalisierte Kontrollen der Rechercheergebnisse gibt es nicht, was von der Operationsebene kritisiert wurde. Gefordert wird mindestens eine Dokumentationspflicht und für profunde Recherche ein institutionalisierter ‚Advocatus diaboli‘. Bislang wird im Sinne einer diskursiven Koordination gehandelt (siehe Kapitel 15.4.2.3.). Bei **NDR Info** werden die profunden Recherchegeschichten als Markenkern angesehen, mit dem ein strategisches Eigenmarketing möglich ist. Das heißt, besonders mit Recherchegeschichten generiert **NDR Info** Öffentlichkeit, die wiederum das Renommee

des Senders, nämlich als journalistisches Qualitätsmedium wahrgenommen zu werden, erhöht (siehe Kapitel 15.4.2.4.).

Beim **RBB Inforadio** orientiert sich der Rechercheanspruch zumeist am strukturell Machbaren, das heißt: Der Rechercheanspruch folgt – in aller Regel sogar ausschließlich – einem Ressourcenaufwand-Nutzen-Verhältnis. Als Ausnahme kann der Anspruch an die Interview-Partner-Recherche angesehen werden, der deutlich ambitionierter ist. Allerdings fällt dieser Anspruch mindestens finanziell kaum ins Gewicht (siehe Kapitel 16.4.2.1.). Das Recherchieren wird deutlich als ein erlernbares Handwerk angesehen, dessen solide Beherrschung gesellschaftspolitisch relevanten Qualitätsjournalismus ermöglicht (siehe B-P-B von RBB Inforadio, Kapitel 16.5.3.). Für profunde Recherchen sind zudem noch eine substanzielle Berufserfahrung sowie eine spezielle charakterliche Triebfeder ‚hilfreich‘ (siehe Kapitel 16.4.2.2.). Eine formalisierte Kontrolle der Rechercheergebnisse gibt es nicht, es wird auf diskursive Koordinierung gesetzt. Der Ruf nach mehr Kontrolle blieb sehr verhalten (siehe Kapitel 16.4.2.3.). Beim **RBB Inforadio** werden Exklusiv-Recherchen nicht als Markenkern begriffen, entsprechend gibt es keine klaren Strukturen für ein etwaiges Marketing (siehe Kapitel 16.4.2.4.).

Bei **MDR Info** orientiert sich der Rechercheanspruch – mit Blick auf seine Grundkonzeption (siehe Kapitel 17.3.1.) - in aller Regel am strukturell Machbaren. Das Recherchieren wird sehr deutlich und damit fast ausschließlich als ein erlernbares Handwerk angesehen. Eine formalisierte Kontrolle der Rechercheergebnisse gibt es nicht, es wird auf diskursive Koordinierung gesetzt. Insgesamt wird die journalistische Recherche nicht als Markenkern betrachtet (siehe Kapitel 17.4.2.).

Bei **HR Info** darf der Rechercheanspruch bei guter Begründung ambitioniert sein, denn exklusive Recherche geschichten sind ausdrücklich erwünscht. Zumeist orientiert sich der Rechercheanspruch jedoch am strukturell Machbaren. Das Recherchieren wird zwar auch hier als ein erlernbares Handwerk angesehen, für anspruchsvolle(re) bis profunde Recherchen bedarf es aber einer speziellen charakterlichen Triebfeder (hier: intrinsische Motivation genannt), kurz: den Willen zur Aufklärung. Eine formalisierte Kontrolle der Rechercheergebnisse gibt es nicht, es wird auf diskursive Koordinierung ge-

setzt. Insgesamt sind exklusive Recherche geschichten zwar erwünscht, deren Vermarktung ist aber trotz eines formalisierten Verfahrens im Sender schwierig (siehe B-P-B von HR Info, Kapitel 18.5.1.). Das bedeutet, dass bei **HR Info** nur von Teilen der Mitarbeiter die journalistische Recherche als Markenkern verstanden wird. Das heißt, der Prozess der Sinnvermittlung durch die Leitungsebene ist in diesem Bereich noch nicht abgeschlossen (siehe Kapitel 18.4.2.).

**Zusammenfassend** ergibt sich folgende Bewertung:

Die Recherchekompetenz beeinflusst die Recherche. Insbesondere der Rechercheanspruch und die Recherchefähigkeiten sind entscheidende Einflussfaktoren für Recherche. Hier zeigt sich, ob in einer Redaktion die Recherche grundsätzlich als Markenkern verstanden wird und entsprechend ambitioniert der Rechercheanspruch ausfällt, oder ob der Rechercheanspruch sich in aller Regel am strukturell Machbaren orientiert. Auch zeigt sich hier, ob in einer Redaktion die Haltung vorherrscht, dass für anspruchsvolle bis profunde Recherchen eine spezielle charakterliche Triebfeder, eine intrinsische Motivation, kurz: der ‚Wille zur Aufklärung‘ notwendig ist, oder ob das Recherchieren ausschließlich als ein erlernbares Handwerk angesehen wird. Je ambitionierter der Rechercheanspruch in einer Redaktion ist, desto deutlicher lässt sich die Recherche von der Leitungsebene als Markenkern darstellen (Sinnvermittlung), der durch strategisches Eigenmarketing das Renommee des Senders, nämlich in der Öffentlichkeit als journalistisches Qualitätsmedium wahrgenommen zu werden, erhöht. Je deutlicher in einer Redaktion die Haltung vorhanden ist, dass insbesondere für anspruchsvolle bis profunde Recherchen ein ‚Wille zu Aufklärung‘ notwendig ist, desto leichter lässt sich ein ambitionierter Rechercheanspruch umsetzen (Stichwort z.B. intrinsische Motivation). Das heißt umgekehrt, je mehr sich in einer Redaktion der Rechercheanspruch am strukturell Machbaren orientiert und damit letztlich alle Entscheidungen bezüglich der journalistischen Recherche einem Ressourcenaufwand-Nutzen-Verhältnis untergeordnet werden, desto eher (schneller) gibt sich eine Redaktion mit dem Verwalten von Inhalten zufrieden, so dass letztlich die Sinnvermittlung über den Mehrwert von Recherche, oder gar über Recherche als Markenkern, kaum gelingen kann.



## **20. Herausbildung des atmosphärischen Wirkungsgefüges**

### **20.1. Grundlegende Überzeugungen mit kollektiver Wirkung**

Wie die Untersuchung gezeigt hat, gibt es bei den Mitarbeitern der ARD Inforadios grundlegende Überzeugungen in Bezug auf Recherche, die in ihrem Zusammenspiel eine kollektive Wirkung entfalten.

Bei **NDR Info** hat sich insgesamt die Grundüberzeugung manifestiert, dass der öffentlich-rechtliche Auftrag die Herstellung von Qualitätsjournalismus verlangt, aber auch legitimiert. Qualitätsjournalismus gilt als Existenz sichernd (siehe Kapitel 15.3.3.1.). Insofern wird von der Redaktionsleitung des Infosenders erwartet, dass sie für ein ausreichendes Budget sorgt, mit dem sich Qualitätsjournalismus herstellen lässt. Bislang wurde diese Erwartung auch durch Sparmaßnahmen kaum enttäuscht. Der NDR wird insgesamt als Sender angesehen, der über ausreichend finanzielle Mittel verfügt (siehe Kapitel 15.2.2.). In diesem Bewusstsein agieren die Mitarbeiter des Senders, der Ressourcenaufwand steht bei Entscheidungen nicht grundsätzlich im Vordergrund. Das Rollenselbstverständnis wird mehrheitlich von einem ‚Willen zu Aufklärung‘ getragen, entsprechend wird die Kritik und Kontrollfunktion des Journalismus als eine unmittelbar-individuelle Aufgabe der Journalisten verstanden (siehe Kapitel 15.3.2.2.) und schlägt sich in den anspruchsvollen bis profunden Rechercheleistungen des Reporterpools nieder. Diese Rechercheleistungen gelten als Leuchttürme des Qualitätsjournalismus und tragen maßgeblich zum Renommee des Senders bei (siehe Kapitel 15.3.1.3.). Kritik wird insgesamt an der Entpolitisierung des Journalismus geübt. Auch wenn sich **NDR Info** auf einem hohen Niveau bewege, könne der Sender insbesondere im Bereich Politik recherchefreudiger und insgesamt meinungsstärker werden (siehe Kapitel 15.3.3.2.).

Beim **RBB Inforadio** hat sich insgesamt die Grundüberzeugung manifestiert, dass der RBB zu den ‚armen ARD-Sendern‘ gehört. Insofern orientieren sich alle Entscheidungen letztlich am Aufwand-Nutzen-Verhältnis: Das Budget bestimmt das journalistische Bewusstsein (siehe Kapitel 16.2.2. und 16.4.2.1.). Das Rollenselbstverständnis ist geprägt von der Idee, neben den ‚nackten‘ Informationen deren Zusammenhänge erkennbar zu machen durch Analysen

und Hintergrundinformationen (siehe Kapitel 16.3.2.). Das lässt sich insbesondere auf Grund der Hauptstadtlage leicht(er) durch Interviews herstellen, die zudem noch das Budget schonen. Insofern entsteht das Renommee des Senders in erster Linie durch anspruchsvolle Interviewpartner-Recherchen. Diese und die Rechercheleistung der Nahaufnahmenreportagen werden als Qualitätsjournalismus betrachtet. Die Überzeugung ist, dass der öffentlich-rechtliche Auftrag die unabhängige Herstellung von Qualitätsjournalismus ermöglicht, allerdings dazu auch verpflichtet (siehe Kapitel 16.3.3.1.). Vor diesem Hintergrund wird insgesamt Kritik an Konvergenztendenzen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk geübt mit der Frage, ob denn der Qualitätsjournalismus überhaupt Existenz sichernd für den Sender sein könne.

Bei **MDR Info** hat sich insgesamt die Grundüberzeugung manifestiert, dass der Sender beim Entstehen des MDR falsch konzipiert worden ist, nämlich als klassisches Nachrichtenradio (siehe Kapitel 17.3.1.). Trotz dieser Kritik ist das Rollenselbstverständnis entsprechend geprägt vom klassischen Informationsjournalismus (siehe Kapitel 17.3.2.), der auf unabhängige und damit potentiell objektive Berichterstattung setzt. Das ermöglicht der öffentlich-rechtliche Auftrag, allerdings verpflichtet er auch dazu (siehe Kapitel 17.3.3.). Da auf Grund der Sender-Konzeption die Budget-Struktur auf die Absicherung des laufenden Programmbetriebes zielt, sind ‚Extras‘ wie anspruchsvolle bis profunde Recherchen kaum möglich (siehe Kapitel 17.2.2.). In diesem Bewusstsein agieren die Mitarbeiter des Senders, Entscheidungen werden mit Blick auf die Sendepositionen nach einem Aufwand-Nutzen-Verhältnis getroffen. Der Output bestimmt das journalistische Bewusstsein. Als Besonderheit wird die rechercheintensivere Rubrik ‚Hörer machen Programm‘ angesehen. Insofern wird das Renommee des Senders letztlich durch die Melange aus unabhängiger Berichterstattung und einer starken Hörerbindung generiert (siehe Kapitel 18.3.1.). Entsprechend entsteht die Kritik- und Kontrollfunktion des Journalismus durch die permanente Berichterstattung, wird also nicht als unmittelbar-individueller Auftrag der Journalisten verstanden (siehe Kapitel 17.3.2.). Kritik wird an der Grundkonzeption des Senders geübt. Diese Konzeption verhindere ein ‚mehr‘ an anspruchsvollen bis profunden Recherchen, die durch die Mitarbeiter geleistet werden könnten.

Bei **HR Info** hat sich insgesamt die Grundüberzeugung manifestiert, dass die Berichterstattung des Senders einen deutlichen regionalen Bezug aufweisen muss. Das Programm soll den Hörern nützen. Entsprechend sind auch die anspruchsvollen bis profunden Recherchen tendenziell regional ausgerichtet (siehe Kapitel 18.3.1.). Insgesamt wird der HR zwar nicht zu den finanzstarken ARD-Anstalten gerechnet, aber trotz Sparzwang ‚leistet‘ sich **HR Info** einen Story-Reporter für exklusive Recherchen. In diesem Bewusstsein agieren die Mitarbeiter des Senders, so dass Entscheidungen zwar tendenziell mit Blick auf die Sendepositionen nach einem Aufwand-Nutzen-Verhältnis getroffen werden, aber eben nicht grundsätzlich. Insofern entsteht das Renommee des Senders in der Melange aus regionaler Berichterstattung und (einigen) anspruchsvollen bis profunden Recherche geschichten mit wiederum regionaler Ausrichtung (siehe Kapitel 18.3.1.). Der öffentlich-rechtliche Auftrag ermöglicht und verpflichtet zur unabhängigen Berichterstattung. Insgesamt wird er jedoch eher jenseits der aktuellen Berichterstattung gesehen (siehe Kapitel 18.3.3.). Insofern ist das Rollenselbstverständnis geprägt von der Idee, gelieferte Informationen jeweils in den Zusammenhang zu stellen. Die Kritik- und Kontrollfunktion wird als unmittelbar-individuelle Aufgabe der Journalisten angesehen (siehe Kapitel 18.3.2.). Kritik wird am mangelnden Selbstbewusstsein des öffentlich-rechtlichen Hörfunks insgesamt geübt. Das würde einen ‚Verwaltungs-Journalismus‘ begünstigen (siehe Kapitel 18.3.3.).

## 20.2. Sinnvermittlung durch Hierarchien

Wie die Untersuchung gezeigt hat, geht die Sinnvermittlung in den ARD Inforadios in erster Linie von der Leitungsebene aus, ist dabei aber keine hierarchische Einbahnstraße sondern entfaltet sich letztlich erst in ihrer Wechselwirkung zwischen den Hierarchieebenen. Diese Wechselwirkung bestimmt letztlich das kollektive Bewusstsein einer Redaktion und wird insbesondere im Senderselbstverständnis deutlich (siehe Kapitel 19.2.1.).

Seinem Senderselbstverständnis nach ist **NDR Info** ein Informationssender mit Recherche-Leuchttürmen. Diese Recherche-Leuchttürme liefern die Voraussetzung, dass **NDR Info** im Reigen der Medien als ein Sender wahrgenommen werden kann, der insgesamt Qualitätsjournalismus liefert (siehe Kapitel 15.4.2.4.). Insofern ist die strategische Vision der Leitungsebene, dass anspruchsvolle bis profunde Recherchen im kollektiven Bewusstsein der Re-

daktion als Markenkern angesehen werden, die insbesondere auch dem Eigenmarketing dienen (siehe Kapitel 15.3.1.). Am deutlichsten wird diese strategische Vision durch die Institutionalisierung des Reporterpools. Diese Position ermöglicht ihm unabhängiges Arbeiten (siehe B-P-B von NDR Info, Kapitel 15.5.3.). Seine hierarchisch herausgehobene Stellung resultiert aus folgenden Faktoren: Er unterliegt so gut wie keiner finanziellen Limitierung, hat autonome Entscheidungsmöglichkeiten, eine direkte Anbindung an die Leitungsebene (siehe Kapitel 15.2.1.) sowie die Möglichkeit zu Weiterqualifizierungsmaßnahmen (siehe Kapitel 15.4.1.4.). Mittlerweile gelten nachweisbare Recherchekompetenzen als Einstellungsvoraussetzung (siehe Kapitel 15.4.2.2.). Da die Entscheidungen über Recherche direkt zwischen der Leitungs- und Operationsebene getroffen werden, verliert die Entscheidungsebene ihre mittlere Position im hierarchischen Redaktionsgefüge. Gleichzeitig werden Sparmaßnahmen des Senders in erster Linie bei der Entscheidungsebene und weiteren Gewerken umgesetzt, insbesondere im ‚Maschinenraum‘. Personalengpässe werden demnach zuerst in diesen Bereichen spürbar (siehe Kapitel 15.2.3.1.). Da es keine formalisierten Feedback-Strukturen gibt, durch die alle Mitarbeiter erreicht werden könnten, fällt die Sinnvermittlung der strategischen Vision im ‚Maschinenraum‘ bzw. auf der Entscheidungsebene auf weniger fruchtbaren Boden (siehe Kapitel 15.2.7.6.). Entsprechend schwierig ist an dieser Stelle teilweise die Akzeptanz der anspruchsvollen bis profunden Recherchen des Reporterpools und deren prominente Platzierung im Programm und damit letztlich auch das Eigenmarketing des Senders (siehe Kapitel 15.3.1.2.).

Seinem Senderselbstverständnis nach ist das **RBB Inforadio** ein Informationssender mit ausgeprägtem Hauptstadtfokus. Dieser Hauptstadtfokus liefert die Voraussetzung, dass das **RBB Inforadio** im Reigen der Medien als ein Sender wahrgenommen werden kann, der ein ‚mehr‘ an Geschichten aus der Region liefert (siehe Kapitel 16.3.1.1.). Es wird vermittelt, dass dieser Sender ‚Nachrichten mit Hintergrund‘ liefert, oder anders formuliert: Die Berichterstattung zielt darauf, ‚Zusammenhänge erkennen‘ zu können (siehe Kapitel 16.3.1.2.). Gleichzeitig wird vermittelt, dass der Sender keinen finanziellen Spielraum hat (siehe Kapitel 16.2.2.). Insofern ist die strategische Vision der Leitungsebene, dass in erster Linie anspruchsvolle Interviews, denen anspruchsvolle aber Ressourcen schonende Interviewpartner-Recherchen vo-

raus gehen, im kollektiven Bewusstsein der Redaktion als Markenkern angesehen werden. Am deutlichsten wird diese Entscheidung durch das Beibehalten der klassischen Redaktionsstruktur, wodurch die Operationsebene am hierarchischen Ende steht. Darüber kann auch die hierarchisch leicht herausgehobene Stellung der Nahaufnahmereporter, die beim **RBB Inforadio** für anspruchsvolle(re) Recherchen zuständig sind, nicht hinwegtäuschen. Die Reporter haben in erster Linie Sendepositionen zu füllen, insofern wird Recherche in einem Ressourcenaufwand-Nutzen-Verhältnis gesehen. Diese Sinnvermittlung führt im kollektiven Bewusstsein der Redaktion zum Beispiel dazu, das Themenideen, die vermeintlich Ressourcen aufwendige Recherchen nach sich ziehen könnten, schon im Keim erstickt werden (siehe Kapitel 16.2.2.2.). Eine besondere Rolle beim **RBB Inforadio** nimmt die Entscheidungsebene ein, sie ist personell gut ausgestattet (siehe Kapitel 16.2.3.1.) und wird als Dreh- und Angelpunkt der Redaktion wahrgenommen (siehe Kapitel 16.2.7.3.). Um sie herum wurde eine formalisierte Feedback-Struktur aufgebaut, die mindestens mittelbar alle Beteiligten an Lob und Kritik teilhaben lässt (siehe Kapitel 16.2.7.6.). Da die für anspruchsvolle(re) Recherchen zuständigen Nahaufnahmereporter höchstens mittelbar an der Umsetzung des Markenkerns (Interviewpartner-Recherchen) beteiligt sind, fällt die Sinnvermittlung der strategischen Vision bei ihnen auf weniger fruchtbaren Boden. Umgekehrt fällt die Sinnvermittlung bei der Entscheidungsebene auf fruchtbaren Boden, da sie für die Umsetzung der strategischen Vision in erster Linie verantwortlich ist. Dagegen haben es die anspruchsvolleren Recherchen der Nahaufnahmereporter bei der Entscheidungsebene teilweise schwer, als Mehrwert für den Sender wahrgenommen zu werden und über ihren Programmplatz hinaus prominent platziert zu werden (siehe Kapitel 16.4.2.4.).

Seinem Senderselbstverständnis nach ist **MDR Info** ein klassischer Nachrichtensender im Sinne einer Abspielstation (siehe Kapitel 17.3.1.). Insofern dienen sowohl das Budget als auch die Personalausstattung in erster Linie zur Aufrechterhaltung des Programms (siehe Kapitel 17.2.2. und 17.2.3.). Diese Grundstruktur wird von allen Ebenen kritisiert. Einigkeit herrscht darüber, dass der Sender mehr leisten könnte als die Strukturen derzeit zulassen. Insofern besteht die strategische Vision der Leitungsebene darin, als Gegenpol zu den klassischen Nachrichten eine starke Rezipientenorientierung zu vermitteln, die durch die Besetzung von Alltagsthemen umgesetzt wird. Dafür

wurden sendereigene Landeskorrespondenten installiert sowie die Rubrik ‚Hörer machen Programm‘ geschaffen. Die Sinnvermittlung der strategischen Vision fällt sowohl auf der Entscheidungs- als auch auf der Operationsebene auf fruchtbaren Boden, denn immerhin kann der Sender darüber einen Akzent im Reigen der Medien setzen (siehe Kapitel 17.3.1.).

Seinem Senderselbstverständnis nach ist **HR Info** ein regionalorientierter Informationssender mit (gelegentlichen) Exklusiv-Recherchen. Dieser Regionalbezug und die hauptsächlich im regionalen Bereich angesiedelten Exklusiv-Recherchen liefern die Voraussetzung, dass **HR Info** im Reigen der Medien als Sender wahrgenommen wird, der ‚dem Hörer nützt‘ (siehe Kapitel 18.3.1.). Insofern ist die strategische Vision der Leitungsebene, dass der Regionalbezug grundsätzlich – also auch bei Exklusiv-Recherchen – im kollektiven Bewusstsein der Redaktion als Markenkern angesehen wird. Gestützt wird diese Sinnvermittlung durch die hierarchische Stellung von **HR Info** insgesamt, denn der Sender steuert über den Desk-Information sämtliche Reporter des Hessischen Rundfunks (siehe Kapitel 18.2.1. und 18.2.6.). Innerhalb von **HR Info** nimmt die Story-Redaktion für exklusive Recherchen eine hierarchisch herausgehobene Stellung ein. Signalisiert wird von der Leitungsebene, dass exklusive Recherche geschichten durch den Story-Reporter gewünscht sind und entsprechende Ressourcen zur Verfügung gestellt werden können (siehe Kapitel 18.2.2.). Auch gibt es für die Vermarktung dieser exklusiven Recherche geschichten eine formalisierte Prozedur (siehe Kapitel 18.4.2.). Da bei **HR Info** aber im Wesentlichen outputorientiert gearbeitet und Recherche entsprechend in einem Aufwand-Nutzen-Verhältnis bewertet wird, sind aufwendige Exklusiv-Recherchen eher eine Ausnahme (siehe Kapitel 18.2.5.). Insofern kann sich die Sinnvermittlung der Leitungsebene für diesen Bereich in der Redaktion nur selten entfalten. Der Story-Reporter als Vertreter der Operationsebene sieht darin die Gefahr, dass sich so ein – allerdings von allen Ebenen konstatiertes – Verwaltungs-Journalismus weiter etablieren kann (siehe Kapitel 18.3.3.). Insgesamt kann für die strategische Vision der Leitungsebene, den Regionalbezug als Markenkern des Senders im kollektiven Bewusstsein der Redaktion zu verankern, die institutionalisierte Feedback-Struktur hilfreich sein. Letztlich lassen sich darüber alle Mitarbeiter erreichen (siehe Kapitel 18.2.7.).

### 20.3. Kommunikation auf formellen und informellen Wegen

Wie die Untersuchung gezeigt hat, lassen sich formelle und informelle Kommunikationsstrukturen bei **NDR Info** und beim **RBB Inforadio** lokalisieren. Deutlich wurde, dass bei beiden Redaktionen im Sinne diskursiver Koordinierung gearbeitet wird, so dass das ‚Informelle‘ als integraler Bestandteil der Redaktionen angesehen werden kann, auch in Bezug auf Recherche.

Da die **Inforadios** vom **MDR** und vom **HR** der Untersuchung insgesamt als Verbreiterung der Datenbasis dienen, wurden in diesen Redaktionen zwar Leitfadeninterviews, jedoch keine Redaktionsbeobachtungen durchgeführt (siehe Kapitel 11). Insofern lassen sich für diese Sender nur wenige Aussagen über formelle und informelle Kommunikationsstrukturen treffen.

Bei **NDR Info** befindet sich der ‚kommunikative Schmelztiegel‘ der Redaktion im Planungsbüro.<sup>90</sup> Dort laufen die für Recherche relevanten Kommunikationsfäden zusammen, insbesondere beim Reportageplaner. Dieser wechselnde Primus inter pares der Reporter strukturiert sozusagen durch seine Funktion die Kommunikation über Recherchen. Zwar gibt es eine werktägliche institutionalisierte Reporterpool-Sitzung, insgesamt verläuft die Kommunikation über Recherche allerdings im Sinne diskursiver Koordinierung. Es wird von den Reportern erwartet, dass sie sich durch genügend kommunikative Kritik gegenseitig kontrollieren und dass sie die Leitungsebene bilateral in Kenntnis setzen über den Verlauf insbesondere profunder und damit möglicherweise auch juristisch heikler Recherchen (siehe Kapitel 15.2.7.3.). Da es keine feste Sendeposition für die Beiträge des Reporterpools gibt und insofern deren Arbeitsleistung nicht permanent überprüfbar ist, führt die von der Leitungsebene erwartete diskursive Koordinierung bei den Reportern insgesamt zu einem Verantwortungsbewusstsein, selbst dafür zu sorgen, dass sie und ihre Themen quantitativ und qualitativ adäquat im Programm vertreten sind (siehe Kapitel 15.2.5.1.).

Kommunikation zwischen den Ebenen findet in erster Linie auf den Redaktionssitzungen statt, die formell-hierarchisch organisiert ablaufen. Darüber hinaus bleiben die Gewerke tendenziell unter sich (siehe Kapitel 15.2.7.5.). Auf den Redaktionssitzungen werden insbesondere die Recherche geschichten

---

<sup>90</sup> Im Planungsbüro arbeiten der Aktuell-Planer und der Planungs-Assistent, die zur Entscheidungsebene gerechnet werden sowie der Reportageplaner, der als ein Vertreter der Operationsebene angesehen wird (siehe Kapitel 15.2.1.2. und 15.2.1.3.).

der Reporter gelobt, zumeist von der Entscheidungsebene. Deren Leistung wird hingegen kaum mit Lob und Kritik bedacht. Eine formalisierte Feedback-Struktur gibt es bei **NDR Info** nicht (siehe Kapitel 15.2.7.6.).

Insgesamt zeichnet sich die Kommunikation bei **NDR Info** beim Zusammenreffen der Ebenen durch formell-hierarchisches Vorgehen aus. Innerhalb der Gewerke – und damit insbesondere im Reporterpool – setzt die Leitungsebene auf diskursive Koordinierung. Insofern ist das Informelle in Bezug auf Recherche ein entscheidend-integraler Bestandteil der Redaktion.

Beim **RBB Inforadio** befindet sich der ‚kommunikative Schmelztiegel‘ im Bereich der Planungsinsel.<sup>91</sup> Hier wird im Sinne diskursiver Koordinierung maßgeblich über das Programm kommuniziert, dabei auch über Interviewpartner-Recherchen (siehe Kapitel 16.2.7.3.). Daneben findet nennenswerte Kommunikation über Recherche im Büro der Nahaufnahmereporter statt. Neben einer institutionalisierten Reportersitzung im Zwei-Wochen-Rhythmus setzen die Leitungs- und die Entscheidungsebene darauf, dass die Reporter im Sinne diskursiver Koordinierung agieren und sich entsprechend rechtzeitig bei Problemen etc. äußern (siehe Kapitel 16.2.7.4.). Der definierte Output der Nahaufnahmereporter (siehe Kapitel 16.2.2.1. und 16.2.5.1.) gewährleistet letztlich eine engmaschige Kontrolle ihrer Arbeitsleistung. Die institutionalisierte Feedback-Struktur beim **RBB Inforadio** erstreckt sich in erster Linie auf die Entscheidungsebene und im Weiteren auf die Leitungsebene. Insbesondere der unteren Entscheidungsebene<sup>92</sup> wird dadurch eine kommunikative Teilhabe am Redaktions-Diskurs ermöglicht. Lob und Kritik lassen sich entsprechend zeitnah äußern. Die Operationsebene wird davon nur am Rande berührt (siehe Kapitel 16.2.7.6.).

Kommunikation zwischen Entscheidungs- und Operationsebene findet im Wesentlichen auf den sogenannten Stehungen statt. Hier werden erste Handlungsverabredungen in Bezug auf Recherche getroffen. Die werktäglichen wenig hierarchischen Redaktionssitzungen dienen der Entscheidungsebene zur kollektiven Absicherung ihrer aus diskursiver Koordinierung entstandenen Programmentscheidungen und damit zur Herstellung einer möglichst einheitlichen Redaktionsmeinung (siehe Kapitel 16.2.7.1.).

---

<sup>91</sup> Im Bereich der Planungsinsel arbeiten die Planungsredakteure und die CvD als Vertreter der Entscheidungsebene (siehe Kapitel 16.2.1.2.).

<sup>92</sup> Zur unteren Entscheidungsebene zählen die RvD-Teams im Newsroom (siehe Kapitel 16.1.).



Insgesamt zeichnet sich die Kommunikation beim **RBB Inforadio** durch ein wenig hierarchisches Vorgehen aus. Das gilt insbesondere für die Redaktions-sitzungen. Insgesamt gibt es in der Redaktion einen steten Wechsel von formeller und informeller Kommunikation. Zur formellen Kommunikation gehören die Stehungen und Sitzungen sowie die Feedback-Runden am Ende jeder Arbeitsschicht. Zur informellen Kommunikation zählt die diskursive Koordination innerhalb der Gewerke und insbesondere bei den Nahaufnahmereportern. Insofern ist das Informelle in Bezug auf Recherche ein entscheidend-integraler Bestandteil der Redaktion.

Bei **MDR Info** wurden die Arbeitsbereiche von Planungsredaktion und CvD einerseits sowie Großraumbüro (RvD und Moderatoren) andererseits zusammengefasst. Die geographische Nähe in der Redaktion dürfte die Möglichkeit für informelle Kommunikation deutlich erhöht haben. Insofern setzt die Leitungsebene des Senders offenbar verstärkt auf diskursive Koordination sowohl nunmehr bei der Entscheidungsebene als auch bei der Operationsebene (was die Befragungen bestätigen) (siehe Kapitel 17.2.7.).

Bei **HR Info** gibt es eine institutionalisierte Feedback-Struktur sowohl innerhalb von **HR Info** als auch durch eine sogenannte Monitoring-Redaktion, die für den gesamten Hessischen Rundfunk tätig ist. Insbesondere für den Bereich der Reporter kommt die Monitoring-Redaktion zum Einsatz. Darüber hinaus ließen sich formelle Kommunikationsstrukturen bei der Story-Redaktion ausmachen. Insbesondere bei aufwendigen Teamrecherchen agiert der festangestellte Story-Reporter als fester Kommunikator, der für den Austausch innerhalb des Teams verantwortlich ist sowie für den Kontakt in die Redaktion hinein und zu weiteren Wellen. Die alltägliche Redaktionskommunikation findet eher auf informeller Ebene statt. Insofern setzt die Leitungsebene von **HR Info** offenbar an strategischen Punkten verstärkt auf formalisierte Kommunikationsstrukturen (siehe Kapitel 18.2.7.).

## 21. Rechercheklimata der ARD Inforadios

### 21.1. Rechercheklima – NDR Info

Bei **NDR Info** ist das Rechercheklima geprägt durch ein Senderselbstverständnis, das besonders anspruchsvolle bis profunde Recherchen als Markenkern begreift. Dies ist die strategische Vision der Leitungsebene, die sich am deutlichsten in der Institutionalisierung des Reporterpools als Rechercheinheit manifestiert. Dadurch genießt der Reporterpool eine hierarchisch herausgehobene Stellung innerhalb der Redaktion, die auf den Kompetenz-, Format- und Entscheidungshierarchien der Reporter basiert. Auch die für **NDR Info** nachteilige Autonomie der Landesfunkhäuser konnte so abgeschwächt, allerdings nicht negiert werden. Das Rollenselbstverständnis insbesondere bei den Reportern wird mehrheitlich von einem ‚Willen zur Aufklärung‘ getragen. Entsprechend wird die Kritik- und Kontrollfunktion des Journalismus als unmittelbar-individuelle Aufgabe der Journalisten verstanden und schlägt sich in anspruchsvollen bis profunden Recherchen nieder. Diese Rechercheleistungen des Reporterpools liefern die Voraussetzung, dass **NDR Info** im Reigen der Medien als Sender wahrgenommen wird, der Qualitätsjournalismus liefert. Dabei wird allerdings durchaus einkalkuliert, dass auch ‚Skandalrecherchen‘ die Wahrnehmbarkeit erhöhen. Insgesamt gelten die Recherchen als Leuchttürme des Qualitätsjournalismus und tragen maßgeblich zum Renommee des Senders bei. Qualitätsjournalismus gilt als Existenz sichernd. Es herrscht die grundlegende Überzeugung, dass der öffentlich-rechtliche Auftrag die Herstellung von Qualitätsjournalismus verlangt, aber auch legitimiert. Die Ressourcenausstattung des Reporterpools untermauert das Bekenntnis der Leitungsebene, in den Recherchen der Reporter einen Renommee steigernden Mehrwert zu sehen. Insbesondere das Honorarsystem für die festen freien Reporter vergütet in erster Linie deren Rechercheleistung. Insgesamt steht das Budget bei Recherche-Entscheidungen nicht grundsätzlich im Vordergrund. In diesem Bewusstsein agieren die Mitarbeiter des Senders. Da es keine Sendedeckung für Beiträge des Reporterpools gibt, wird von den Reportern kein definierter Output erwartet. Hier setzt die Leitungsebene insgesamt auf diskursive Koordinierung, die bei den Reportern zu einem Verantwortungsbewusstsein führt, selbst dafür zu sorgen, dass sie und ihre Themen quantitativ und qualitativ adäquat im Programm vertreten sind. Für ihre Re-

chercheleistungen werden die Reporter deutlich gelobt, zum Beispiel auf den Redaktionssitzungen. Insgesamt gibt es keine formalisierten Feedback-Strukturen. Insofern erreicht die Sinnvermittlung der Leitungsebene über den Mehrwert von Recherche nur teilweise den sogenannten ‚Maschinenraum‘. Entsprechend schwierig ist dort zum Teil die Akzeptanz der anspruchsvollen bis profunden Recherchen der Reporterkollegen. Das macht sich (gelegentlich) bei der Prominenz der Platzierung der Recherche geschichten und dem damit verbundenen Eigenmarketing bemerkbar.

## **21.2. Rechercheclima – RBB Inforadio**

Beim **RBB Inforadio** ist das Rechercheclima geprägt durch die Grundüberzeugung, dass der RBB zu den armen ARD-Sendern gehört. Das Budget bestimmt das journalistische Bewusstsein. Es ist allen klar: Es gibt kein Geld für aufwendige Recherche geschichten, entsprechende Themenideen werden zu meist im Keim erstickt. Teamrecherchen bleiben die absolute Ausnahme. Insofern orientieren die Mitarbeiter ihre Entscheidungen deutlich an einem Aufwand-Nutzen-Verhältnis. Um im Reigen der Medien wahrgenommen zu werden, wird beim **RBB Inforadio** auf anspruchsvolle Interviews gesetzt, denen anspruchsvolle aber eben Ressourcen schonende Interviewpartner-Recherchen vorausgehen. Die Hauptstadtlage liefert dafür die Vorraussetzung. Diese Interviews tragen maßgeblich zum Renommee des Senders bei. Entsprechend besteht die strategische Vision der Leitungsebene darin, dass anspruchsvolle Interviews im kollektiven Bewusstsein der Redaktion als Markenkern angesehen werden. Das zeigt deutlich die Beibehaltung der klassischen Redaktionsstruktur, bei der die Operationsebene am hierarchischen Ende steht. Das gilt auch für die personelle Ausstattung. Die Entscheidungsebene, also der Bereich der CvD und der Planer, die für Interviewpartner-Recherchen verantwortlich sind, ist der Dreh- und Angelpunkt der Redaktion. Hier wird einerseits deutlich auf diskursive Koordinierung gesetzt, andererseits ist die formalisierte Feedback-Struktur auf diesen Bereich zugeschnitten. Das kollektive Bewusstsein der Redaktion lässt sich so von der Entscheidungsebene entsprechend beeinflussen, die Operationsebene bleibt dabei eher im Abseits. Lob und Kritik erreichen entsprechend verlässlich den ‚Maschinenraum‘, die Reporter hingegen nicht zwingend. Da der Fokus der Entscheidungsebene insgesamt auf die verlässliche Besetzung der Sendepositionen gerichtet ist, wird die Bedeutung der Recherche zwar nicht negiert, ge-

nießt aber eben auch keine besonders kommunikative Aufmerksamkeit. Anstrengungen, Recherchekompetenzen zu professionalisieren, gibt es nicht. Die Recherche wird größtenteils vom Dienstplan bestimmt und ist direkt an eine Sendeposition gekoppelt. Dadurch kann sich eine fundierte Kompetenzhierarchie (Selbstqualifizierung; informelle Karriere) der Reporter kaum entwickeln. Von ihnen wird ein definierter Output erwartet. Das gilt auch für die Nahaufnahmereporter, die für anspruchsvollere Recherchen zuständig sind, insbesondere für Geschichten aus der Region. Sie genießen zwar auf Grund ihrer Formathierarchie eine hierarchisch leicht herausgehobene Stellung, können sich aber selbst mit (seltenen) exklusiven Recherche Geschichten nicht gegen die starke Stellung der Entscheidungsebene durchsetzen. Daraus resultiert insgesamt ein Rollenselbstverständnis, das die Kritik- und Kontrollfunktion nicht als unmittelbar-individuelle, sondern als mittelbar-kollektive Aufgabe der Journalisten begreift. Insgesamt werden die anspruchsvollen Interviewpartner-Recherchen sowie die Recherche Geschichten der Nahaufnahmereporter als Qualitätsjournalismus verstanden, zu dessen Herstellung der öffentlich-rechtliche Auftrag den Sender verpflichtet, allerdings wird das **RBB Inforadio** im kollektiven Bewusstsein der Redaktion nicht als ‚Recherchesender‘ angesehen.

### **21.3. Rechercheklima – MDR Info**

Bei **MDR Info** ist das Rechercheklima geprägt von dem Wissen, dass die Grundkonzeption des Senders als Nachrichten-Abspielstation ein ‚mehr‘ an Recherche verhindert. In dieser Kritik sind sich sowohl die Leitungs- als auch die Entscheidungs- und Operationsebene einig. Die strategische Vision der Leitungsebene besteht daher darin, diese einhellige Kritik zu kanalisieren und quasi als Gegenpol zu den klassischen Nachrichten einen Markenkern im kollektiven Bewusstsein der Redaktion zu etablieren, der auf eine starke Rezipientenorientierung setzt. Dafür wurde zum einen die Position der Länderkorrespondenten geschaffen, die direkt für **MDR Info** Recherchen durchführen können, wodurch die Autonomie der Landesfunkhäuser abgemildert werden kann. Zum anderen wurde die Rubrik ‚Hörer machen Programm‘ geschaffen, nicht zuletzt um zu zeigen, dass auch anspruchsvollere Recherchen geleistet werden können. Das Renommee des Senders wird aus dieser Melange - klassische Nachrichten auf der einen, Hörerorientierung auf der anderen Seite - gewonnen. Die Entscheidungen der Mitarbeiter müssen sich strukturell an

den Sendepositionen orientieren und werden entsprechend nach einem Aufwand-Nutzen-Verhältnis getroffen. Der Output beziehungsweise letztlich das Budget bestimmt das journalistische Bewusstsein. Die Recherche ist direkt an eine Sendeposition gekoppelt und wird wesentlich vom Dienstplan bestimmt. Eine fundierte Kompetenzhierarchie der Reporter (Selbstqualifizierung; informelle Karriere) kann sich so kaum entwickeln. Entsprechend arbeiten bei **MDR Info** zumeist Generalisten. Die Personalausstattung folgt damit der Grundkonzeption des Senders. Das macht sich auch beim Rollenselbstverständnis bemerkbar, das geprägt ist vom klassischen Informationsjournalismus, der auf unabhängige und damit potentiell objektive Berichterstattung setzt. Dazu – so die Grundüberzeugung – verpflichtet sie der öffentlich-rechtliche Auftrag. Die Kritik- und Kontrollfunktion wird entsprechend nicht als unmittelbar-individuelle, sondern als mittelbar-kollektive Aufgabe der Journalisten verstanden. Anstrengungen, Recherchekompetenzen zu professionalisieren gibt es nicht. **MDR Info** wird im kollektiven Bewusstsein der Redaktion nicht als ‚Recherchesender‘ angesehen.

#### **21.4. Rechercheklima – HR Info**

Bei **HR Info** ist das Rechercheklima geprägt von einem Senderselbstverständnis, das auch bei exklusiven Recherche geschichten stets die Region<sup>93</sup> im Fokus behält. Entsprechend ist die strategische Vision der Leitungsebene, dass der Regionalbezug im kollektiven Bewusstsein der Redaktion als Markenkern angesehen wird. Dieses Bekenntnis zur regionalen Berichterstattung liefert die Voraussetzung, dass **HR Info** im Reigen der Medien als Sender wahrgenommen wird, der dem Hörer nützt. Die Recherche kann von **HR Info** maßgeblich beeinflusst werden, da der Sender innerhalb des Hessischen Rundfunks eine hierarchisch herausgehobene Stellung einnimmt, da er den Desk-Information steuert, der für die Reporter der Rundfunkanstalt zuständig ist. Hier ist die Recherche an Sendeposition und Dienstplan gekoppelt, so dass die Mitarbeiter Entscheidungen nach einem Aufwand-Nutzen-Verhältnis treffen. Darüber hinaus ‚leistet‘ sich **HR Info** einen sogenannten Story-Redakteur, der für anspruchsvolle bis profunde Recherchen zuständig ist. Er ist

---

<sup>93</sup> Mit Region ist zwar in erster Linie das Bundesland Hessen gemeint, für das der Hessische Rundfunk zuständig ist, allerdings dürfte auch der Großraum des Rhein-Main-Gebietes darunter gefasst werden, wohl wissend, dass der SWR im benachbarten Mainz einen Standort hat.

direkt der Leitungsebene unterstellt und verfügt somit über eine hierarchisch herausgehobene Stellung innerhalb der Redaktion (Entscheidungshierarchie). Diese Stellung ermöglicht es ihm, sich Themenkompetenzen im Zuge der Selbstqualifizierung anzueignen oder aber als Leiter eines Teams zusammen zu führen. Ein Budget für exklusive Recherchen steht ihm zur Verfügung. Ähnliches gilt für die Gerichtsreporterin, die sowohl eine herausgehobene Entscheidungs- als auch Kompetenzhierarchie aufweist. In diesen Redaktionsbereichen ist Recherche nicht an Sendeposition oder Dienstplan gekoppelt. Hier wird auf diskursive Koordinierung gesetzt, die dazu führt, dass diese Reporter dafür sorgen, dass sie und ihre Themen quantitativ und qualitativ adäquat im Programm vertreten sind. Der öffentlich-rechtliche Auftrag wird tendenziell eher jenseits der aktuellen Berichterstattung gesehen, es geht vielmehr um die Einordnung von Information. Entsprechend wird die Kritik- und Kontrollfunktion als unmittelbar-individuelle Aufgabe der Journalisten verstanden. Insgesamt setzt **HR Info** auf eine institutionalisierte Feedback-Struktur, durch die mindestens potentiell alle Mitarbeiter erreicht werden können. Da exklusive Recherche geschichten – allein schon aus personellen Gründen – eher die Ausnahme, denn die Regel sind, kann sich die Sinnvermittlung der Leitungsebene für diesen Part ihrer strategischen Vision nicht automatisch im kollektiven Bewusstsein der Redaktion entfalten. Unstimmigkeiten bei der Vermarktung dieser exklusiven Recherche geschichten sind (gelegentlich) die Folge. Insofern kann sich ein sowohl von der Leitungs- als auch von der Entscheidungs- und Operationsebene kritizierter Verwaltungs-Journalismus weiter etablieren.

## **TEIL VI: Fazit**

### **22. Schlussbetrachtung**

In dieser Studie konnte am Fallbeispiel der ARD Inforadios geklärt werden, welche institutionellen, politischen und professionellen Einflussfaktoren auf Recherche in Redaktionen wirken. Nach Auswertung und Interpretation der Ergebnisse ließen sich die Rechercheklimata der einzelnen ARD-Infosender beschreiben, die – wie sich gezeigt hat – selbst in Redaktionen mit einer vergleichbaren Aufgabe erkennbar variieren (siehe Kapitel 21).

Die Untersuchung zeigte deutlich, dass das Phänomen Rechercheklima sowohl die Einflussfaktoren im Einzelnen als auch die sich aus ihren Wechselwirkungen ergebenden atmosphärischen Zustände und Vorgänge in einer Redaktion berücksichtigt. Das Rechercheklima ist demnach die Matrize, mit deren Hilfe die Recherchefähigkeit einer Redaktion abgebildet werden kann.

Insgesamt konnte in dieser Studie nachgewiesen werden, dass sich das Rechercheklima einer Redaktion entscheidend – aber nicht ausschließlich – aus der Haltung ergibt, die in den jeweiligen Redaktionen vorherrscht.

Es ließ sich insbesondere bei NDR Info und HR Info zeigen, dass eine Haltung, die in der Kritik- und Kontrollfunktion des Journalismus eine unmittelbar-individuelle Aufgabe der Journalisten sieht, die Voraussetzung schafft, überhaupt wissen zu wollen, was der Fall ist. Recherche wird damit zu einem Wert an sich.

Dieser Wert wurde bei den eben genannten Sendern in die strategische Vision der Redaktionsleitungen transferiert. Sie sehen insbesondere in anspruchsvollen bis profunden Recherchen einen gesellschaftspolitischen Mehrwert. Sie betrachten es als ihre Aufgabe, diesen Mehrwert zu leisten, zumal dies ihrer Einschätzung nach die Wahrnehmbarkeit des Senders im Reigen der Medien steigert und so maßgeblich zum Renommee des Senders beiträgt.

Diese strategische Vision bildet den Kern eines Senderselbstverständnisses, das durch entsprechende Sinnvermittlung im kollektiven Bewusstsein der Redaktion verankert werden kann. Hierzu waren verschiedene Wege beobacht-

bar: Einerseits die ‚Sichtbarmachung‘ konkreter Recherchestrukturen andererseits die formelle und informelle Kommunikation.

Bei NDR Info und in Ansätzen auch bei HR Info funktioniert das ‚Sichtbarmachen‘ über ein Aufbrechen der klassischen Redaktionsstrukturen. Dabei kommt es nicht nur auf die grundsätzliche Institutionalisierung einer Rechercheinheit in einer Redaktion an, sondern vielmehr auf die hierarchische Stellung dieser Rechercheinheit. Insgesamt entsteht diese hierarchische Stellung aus der Entscheidungs-, Kompetenz- und Formathierarchie der dort arbeitenden Reporter.

Um beim Beispiel NDR Info zu bleiben: Hier zeigte sich, dass für eine sichtbare Entscheidungshierarchie der Reporter die Rechercheinheit direkt der Leitungsebene unterstellt sein muss. Die Entscheidungsebene, deren originäre Aufgabe das Füllen von Sendepositionen ist, wird dadurch übergangen. Das ist allerdings nur dann nachhaltig sinnvoll, wenn es mindestens für die Rechercheinheit zu einer Entkoppelung von Recherche und Sendeposition kommt, wie zum Beispiel auch bei HR Info. Denn nur das Entkoppeln von Recherche und Sendeposition entbindet Reporter davon, einen definierten Output (an Beiträgen) leisten zu müssen. Ihr entsprechend erweitertes Zeitbudget führt in der Konsequenz zu der Möglichkeit von Selbstqualifizierungsmaßnahmen in einem oder mehreren Themengebieten. Dadurch können sich die Reporter professionalisieren und eine Kompetenzhierarchie herstellen. Eben diese Möglichkeit haben die Reporter von MDR Info und RBB Inforadio in vergleichbarer Art und Weise nicht.

Unterstützend wirkt dabei - wie sich insbesondere bei NDR Info feststellen ließ - ein Honorarsystem für die Festen-Freien, das Recherche und nicht einen definierten Output bezahlt. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die Höhe des (Recherche-) Honorars nicht wesentlich von einem üblichen Beitragshonorar abweicht. Dies ist auch idealiter eine notwendige Voraussetzung, da sonst der finanzielle Anreiz für die festen freien Reporter verloren geht beziehungsweise ihre wirtschaftliche Existenz gefährdet sein könnte.

Wird wie beim RBB Inforadio und auch bei NDR Info für die Rechercheinheit noch ein spezielles Sendeformat (z.B. in Form einer Drei- bzw. Sieben-Minu-



ten-Reportage) kreiert, dann lässt sich darüber für die Reporter eine Format-hierarchie herstellen.

Es ließ sich in der Untersuchung aufzeigen, dass für die Sinnvermittlung einer strategischen Vision formelle und informelle Kommunikationsstrukturen von Bedeutung sind. Bei Sendern mit einer formalisierten Feedback-Struktur – wie insbesondere beim RBB Inforadio – lässt sich darüber Lob und Kritik sowie ein Diskurs über das Senderselbstverständnis beziehungsweise die strategische Vision der Redaktionsleitung herstellen.

Darüber hinaus zeigen die Untersuchungsergebnisse, dass für ein Rechercheklima informelle Kommunikation als integraler Bestandteil einer Redaktion von Bedeutung ist. Das setzt allerdings voraus, dass – wie zum Beispiel bei NDR Info – die Leitungsebene einen Vertrauensvorschuss gewähren muss, damit sich das ‚Informelle‘ überhaupt entfalten kann. Wichtig ist informelle Kommunikation im Sinne diskursiver Koordinierung im Bereich der Rechercheinheit. Hier führt diskursive Koordinierung insgesamt zu einem Verantwortungsbewusstsein bei den Reportern, letztlich selbst dafür zu sorgen, dass sie und ihre Themen quantitativ und qualitativ adäquat im Programm vertreten sind. Andernfalls wird ihre hierarchisch herausgehobene Stellung ad absurdum geführt. Auch wird das ‚Informelle‘ im Bereich der Rechercheinheit à la longue dafür sorgen, dass sich die Reporter durch genügend kommunikative Kritik selbst kontrollieren, allein schon, um ihren (herausgehobenen) Stellenwert in der Redaktion immer wieder auszuloten und auch zu rechtfertigen.

Das ‚Informelle‘ spielt tatsächlich auch bei der Professionalisierung von Recherchekompetenzen eine Rolle. Denn wie in der Untersuchung deutlich wurde, werden Recherchekompetenzen nach der Ausbildungszeit zumeist durch ‚Learning by doing‘ erworben beziehungsweise erweitert. Institutionelle Qualifizierungsmaßnahmen sind eher die Ausnahme. Das heißt, eine Professionalisierung von Recherchekompetenzen findet mehrheitlich durch diskursive Koordinierung im Bereich der Reporter statt. Interessanterweise ließ sich dagegen mehrheitlich die grundlegende Überzeugung erkennen, die Recherche als ein erlernbares Handwerk begreift mit der Einschränkung, dass Reporter für profunde Recherchen so etwas wie eine spezielle charakterliche Triebfeder, den Willen zur Aufklärung oder schlicht: eine Spürnase benötigen.

Insgesamt ergab die Untersuchung am Fallbeispiel der ARD Inforadios, dass die Haltung sozusagen den Kern des Rechercheklimas einer Redaktion bestimmt. Dabei entsteht die in einer Redaktion vorherrschende Haltung aus verschiedenen grundlegenden Überzeugungen mit kollektiver Wirkung sowie der daraus resultierenden strategischen Vision der Redaktionsleitung, die sich über Sinnvermittlung durch Hierarchien und formelle und informelle Kommunikation im kollektiven Bewusstsein einer Redaktion entfaltet.

**Zusammenfassend lässt sich feststellen**, dass sowohl die Verankerung der Recherche als Wert an sich im kollektiven Bewusstsein einer Redaktion als auch die tatsächliche Ausgestaltung von Recherchestruckturen in Redaktionen maßgeblich von der in der Redaktion vorherrschenden Haltung geprägt werden.

Daraus ergibt sich ein Verständnis, dass die ‚Haltung‘ gleichzeitig als normativen und variablen Wert begreift.

Die Haltung als normativer Wert ergibt sich aus grundlegenden Überzeugungen mit kollektiver Wirkung wie zum Beispiel durch das Rollenselbstverständnis der einzelnen Journalisten, in diesem Falle noch ergänzt durch ihr Verständnis vom öffentlich-rechtlichen Auftrag. Insbesondere das Verhältnis zur Kritik- und Kontrollfunktion im individuellen Rollenselbstverständnis entfaltet seine Wirkung im kollektiven Bewusstsein der Redaktion und spiegelt sich als normative Größe in der strategischen Vision der Redaktionsleitung (Leitungsebene).

Die Haltung als variabler Wert ergibt sich aus der Sinnvermittlung der strategischen Vision entlang der Hierarchieebenen und entfaltet eine Wechselwirkung durch formelle und informelle Kommunikation wie etwa formelle Feedback-Strukturen oder diskursive Koordinierung in Teilbereichen der Redaktion. Als Konsequenz dieser kommunikativen Wechselwirkung entsteht ein Senderselbstverständnis (respektive ein Redaktionsselbstverständnis).

Daraus lässt sich schlussfolgern, dass die Haltung als Voraussetzung für Rechercheleistungen einer Redaktion eine gesellschaftspolitische Frage ist – eben die Gretchenfrage (siehe Kapitel 3). Erst eine bestimmte in Redaktionen vorherrschende Haltung schafft die Voraussetzung für ein Rechercheklima, das den Journalisten überhaupt ermöglicht, die Komplexität von Gesellschaft

gleichzeitig abzubilden und zu hinterfragen. Insofern ist die Frage nach der Haltung letztlich eine Frage nach dem Verhältnis von Aufklärung und Öffentlichkeit in einer demokratischen Gesellschaft. Das Rechercheclima gehört damit originär zur Legitimationssphäre des Journalismus, zumal des öffentlich-rechtlichen Journalismus, der per Grundversorgungsauftrag eine Legitimationsbrücke zwischen staatlichen Organen und den zur Öffentlichkeit versammelten Staatsbürgern und Staatsbürgerinnen zu schlagen hat.

Anders formuliert: Ohne ein entsprechendes Rechercheclima in den informierenden Redaktionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verliert dieser seine Daseinsberechtigung. Es lohnt also auch für die Sender, über die in ihren Redaktionen vorherrschenden Haltungen nachzudenken.

## **22.1. Perspektiven für ARD Inforadios im Kontext der Forschungsergebnisse**

Ausgehend von den Forschungsergebnissen lassen sich für die Zukunft der ARD Inforadios drei potentielle Entwicklungspfade skizzieren.

1) Der nachhaltige Ausbau der ARD Inforadios zu Informationssendern mit Recherche-Leuchttürmen.

Durch eine derartige Maßnahme könnten die einzelnen ARD-Anstalten den Bereich Hörfunk stärken, ihr Profil insgesamt im Sinne des öffentlich-rechtlichen Auftrages schärfen und auf Grund der ähnlichen Sendestruktur und Programmgestaltung der Inforadios bundesweit den Wiedererkennungswert der ARD-Sender steigern.

Als Grundlage dafür müssen die Inforadios zunächst alle eine Rechercheeinheit institutionalisieren. Eine Möglichkeit wäre, das vorhandene Reporterpersonal so aufzuteilen, dass für zunächst mindestens zwei Reporter eine hierarchisch herausgehobene Stellung innerhalb der Redaktion definiert wird. Wesentlich dabei ist die Entkoppelung von Recherche und Sendeposition sowie bei einer Ausdehnung der Rechercheeinheit auf feste freie Reporter ein entsprechendes Honorarsystem. Als Referenzmodell kann hierfür der Reporterpool von NDR Info dienen (siehe Kapitel 21.1.). Aufgrund der Wiederholungsstruktur (Inforadios sind nicht auf Durchhörbarkeit formatiert) dürften die Kosten für eine derartige Umstrukturierung im Rahmen bleiben. Als Beispiel sei hier das RBB Inforadio genannt mit seiner täglichen Sendeposition Nahaufnahme<sup>94</sup> (siehe Kapitel 21.2.). Dieses Reportageformat müsste gestrichen und durch evtl. eine weitere Wiederholung oder ein weiteres kostengünstiges Interview ersetzt werden. Die zwei dafür zuständigen (und bereits vorhandenen) Reporter könnten als Rechercheeinheit agieren und wären für exklusive Recherche geschichten zuständig, die dann bei Bedarf prominent (Prime-Time) im Programm platziert werden könnten.

Die Begrifflichkeit ‚Recherche-Leuchttürme‘ impliziert durch ihre moderate Anzahl, dass es nicht zwingend zu einem Wechsel des Senderselbstverständnisses kommen muss. Exklusiv-Recherchen können durchaus nur anteilig als Markenkern definiert werden. Aber der Mehrwert (gesellschaftspolitisch wie

---

<sup>94</sup> Die Nahaufnahme ist ein siebenminütiges Reportageformat, das werktäglich im Inforadio-Programm einen festen Sendeplatz hat.

auch im Sinne eines Sender-Marketings) von anspruchsvoller bis profunder Recherchearbeit sollte im Sinne eines positiven Rechercheklimas und mit Blick auf den öffentlich-rechtlichen Auftrag im kollektiven Bewusstsein der Redaktion verankert werden. Dafür müssen entsprechende formelle und informelle Kommunikationswege etabliert werden. Informelle Kommunikation im Sinne diskursiver Koordinierung ist besonders im und um den Bereich der Rechercheinheit ein unterstützender Faktor (siehe Kapitel 20.3.). Darüber hinaus wirkt formelle Kommunikation im Sinne von institutionalisierten Feedbackrunden entlang sämtlicher Hierarchieebenen wie die Beispiele von RBB Inforadio (siehe Kapitel 16.2.7.6.) und HR Info (siehe Kapitel 18.2.7.) zeigen. Nur wenn beide Kommunikationsvarianten als integrale Bestandteile der Redaktion etabliert und akzeptiert werden, kann sich sukzessive ein verändertes oder erweitertes Senderselbstverständnis (strategische Vision) innerhalb der Redaktion durchsetzen und damit letztlich das Rechercheklima der Redaktion beeinflussen.

2) Die Vernetzung der Rechercheeinheiten der Inforadios auf Grundlage der Themenkompetenz ihrer Reporter im Sinne eines Cluster-Modells.

Durch eine derartige Maßnahme ließe sich eine anstaltsübergreifende Teamarbeit organisieren, die in der Lage ist, grenzüberschreitende Gesellschaftsphänomene (z.B. Rechtsradikalismus) durch Informationsaustausch umfassender abzubilden und zu hinterfragen und damit letztlich die Kritik- und Kontrollfunktion insbesondere des öffentlich-rechtlichen Journalismus zu stärken.

Durch die Forschungsarbeit wurde deutlich, dass sich die Reporter der einzelnen Inforadios auch bei gleichem oder zumindest ähnlichem Zuschnitt ihrer Themenschwerpunkte – mit nur sehr wenigen Ausnahmen – weder austauschen noch überhaupt kennen. Durch die Bildung von personalisierten Themen-Clustern hätte eine Zusammenarbeit zwischen den Infosendern eine institutionalisierte Grundlage. Eine Zusammenarbeit durch derartige Themen-Cluster bedeutet nicht die Aufgabe der publizistischen Regionalität, sie ermöglicht in erster Linie den Blick auf größere (Ländergrenzen überschreitende) Zusammenhänge und erhöht damit letztlich den Erkenntnisgewinn der jeweils eigenen Recherchen. Die publizistische Vielfalt insgesamt und das Föderalismusprinzip des öffentlich-rechtlichen Rundfunks blieben unangetastet, einzig die Frage nach der Exklusivität einiger (weniger) Recherchegeschich-

ten müsste geklärt werden.<sup>95</sup> Technisch sollten sich personalisierte Themen-Cluster zum Beispiel durch Cloud-Computing leicht installieren lassen.

3) Die Institutionalisierung einer Form von Weiterbildung, in der es nicht um Kompetenzen geht, die auf Grund neuer Techniken erworben werden müssen, sondern einer Form, die den Journalisten den Freiraum schafft, der es ermöglicht, gesellschaftspolitische Zusammenhänge und das damit verbundene eigene Rollenselbstverständnis kritisch zu reflektieren.

Durch eine derartige Maßnahme ließe sich die wichtige Debatte über die gesellschaftspolitische Legitimation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in die Redaktionen tragen und damit nicht zuletzt ein Verantwortungsbewusstsein über die besondere Stellung dieser Institution demonstrieren.

Die vorliegende Forschungsarbeit zeigt deutlich, dass sich das Rechercheklima in einer Redaktion maßgeblich – wenn auch nicht ausschließlich – aus der in der Redaktion vorherrschenden Haltung ergibt. Diese Haltung entsteht zwar erst durch diverse Wechselwirkungen, ein wesentlicher Aspekt ist aber das Verhältnis der Journalisten zu ihrer Profession. Allerdings findet eine Auseinandersetzung der Journalisten mit ihrem Rollenselbstverständnis auch in Bezug auf den öffentlich-rechtlichen Auftrag kaum, eigentlich gar nicht statt. Das wurde während der Befragung der Inforadio-Journalisten deutlich und immer wieder angesprochen. Es ist also nicht so, dass die Journalisten sich nicht mit ihrer Rolle und damit auch ihrer Verantwortung als Journalist im politischen System der Bundesrepublik Deutschland auseinandersetzen wollen. Vielmehr mangelt es an der grundsätzlichen Möglichkeit, aber auch dem Wunsch der Leitungsebene (wohl mehr der Rundfunkanstalt als der Redaktion), die dafür notwendigen institutionellen Strukturen zu schaffen. Eine Lösung wären institutionalisierte Weiterbildungsmaßnahmen (mindestens Angebote), die letztlich zu einer Erweiterung der Reflexionsfähigkeit der Journalisten führen. Dies könnte zum Beispiel in Zusammenarbeit mit Politik- oder Journalistikwissenschaftlern stattfinden. Letztlich könnte dadurch auch eine durchaus überfällige Verzahnung zwischen Wissenschaft und Praxis gelingen, um den Wandel im Journalismus mehr als Prozess und weniger als Krise zu begreifen (vgl. Lünenborg 2012, 445-461).

---

<sup>95</sup> Befürchtungen der Inforadio Mitarbeiter über eine mögliche Zusammenlegung der einzelnen Infosender zu einem bundesweiten ARD Inforadio müssten durch die Intendanten und Redaktionsleitungen entkräftet werden, denn sonst wird sich kaum eine Zusammenarbeit über Rundfunkanstaltsgrenzen hinweg etablieren können.

## **22.2. Rechercheklima im öffentlich-rechtlichen Rundfunk: Ein Plädoyer**

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk steht nicht im luftleeren Raum. Er ist Ausdruck unseres gesellschaftlichen Zusammenlebens, wobei seine Funktion darin besteht, das Selbstgespräch der Gesellschaft abzusichern, Öffentlichkeit zu schaffen, eben aufzuklären.

In diesem Kontext ist die Recherche der hier arbeitenden Journalisten essentiell. Die Recherche schafft die Grundlage für das erwähnte Selbstgespräch. Daher lohnt es sich, einen kritischen Blick auf das Umfeld zu werfen, in dem die Recherche stattfindet - Umfeld ganz praktisch im Sinne von Bedingungen, und in einem weiteren Verständnis im Sinne des Wollens, sowie schließlich in einem dritten Verständnis im Sinne der Möglichkeiten, die Bedingungen und das Wollen zum Rechercheklima zu verdichten.

Rechercheklima verdichten: Das Rechercheklima einer Redaktion beschreibt die Bedingungen der Möglichkeiten von öffentlich-rechtlicher Kritik. Diese Bedingungen und Möglichkeiten unterliegen also einem komplexen Gebilde. Dieses Gebilde, das Rechercheklima, lässt sich – das zeigt die vorliegende Arbeit – steuern. Der wesentliche Faktor hierzu, auch das hat die Studie ergeben, ist die in einer Redaktion vorherrschende Haltung.

Diese Haltung darf nicht als Gesinnung missverstanden werden, die von außen je nach Interesse manipuliert werden kann. Es handelt sich vielmehr um eine kollektive Haltung, die aus mannigfaltigen Wechselwirkungen entsteht. Ein Einflussfaktor für die in einer Redaktion vorherrschende Haltung ist die individuelle Haltung der Journalisten, ihr Verhältnis zur eigenen Berufsrolle. Sehr deutlich wurde in dieser Arbeit, dass eine (selbst)kritische Auseinandersetzung mit genau dieser eigenen Berufsrolle fehlt, schlicht im Redaktionsalltag untergeht. Genau das darf nicht passieren, bzw. hier ist der Hebel, an dem die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ansetzen können und müssen.

Wesentlich für die Verbesserung des Rechercheklimas in einer Redaktion ist – neben anderen Einflussfaktoren wie z.B. die Erhöhung der Ressourcen Zeit und Geld – die Institutionalisierung einer Form von Weiterbildung, die den Journalisten den Freiraum schafft, der es ermöglicht, gesellschaftspolitische

Zusammenhänge und das damit verbundene eigene Rollenselbstverständnis kritisch zu reflektieren.

Vor dem Hintergrund, dass es keinerlei Tendenzschutz im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt, kann nur ein Bewusstsein über die eigene – gesellschaftspolitisch besondere – Berufsrolle zu einer (selbst)kritischen Haltung über die Umsetzung und Ausgestaltung des öffentlich-rechtlichen Auftrages führen. Diese kritische Haltung ist die Grundlage für die Herstellung von Qualitätsjournalismus. Und Qualitätsjournalismus ist letztlich die schlagkräftigste Antwort auf die Kritik der verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen am öffentlich-rechtlichen System.

Die Frage nach der Haltung ist also die Gretchenfrage (siehe Kapitel 3). Und diese Haltung, so zeigte sich im Laufe der Arbeit, lässt sich in den Redaktionen an verschiedenen Stellen durchaus beeinflussen.

Im Klartext aber bedeutet das, dass Redaktionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, insbesondere die informierenden, die politischen Redaktionen, sich für Qualität ENTSCHEIDEN können. Es ist eine Entscheidung, ob Zeit für Recherche gegeben wird. Es ist eine Entscheidung, ob Redakteuren ein zeitlicher und räumlicher Rahmen für die Auseinandersetzung mit ihrer Berufsrolle eingeräumt wird. Es ist eine Entscheidung, ob Recherche der ‚Markenkern‘ des eigenen Programms sein soll – oder eben nicht.

Diese Entscheidungen sollten nicht allein den Sendeanstalten überlassen bleiben. Einmischung von Seiten der Nutzer ist hier ebenso gefragt, wie Einmischung von Seiten der beobachtenden Wissenschaft, denn der öffentlich-rechtliche Rundfunk sichert das Selbstgespräch der Gesellschaft.

Dass dieses Selbstgespräch der Gesellschaft inzwischen auch über das Internet, über Blogs, Twitter und soziale Netze geführt wird, ändert daran gar nichts. Denn auch die Internetöffentlichkeit ist auf die Rechercheleistungen der professionellen Journalisten angewiesen.

Daher muss der öffentlich-rechtliche Rundfunk sich entscheiden. Er muss sich für seinen Auftrag entscheiden. Für das Selbstgespräch der Gesellschaft. Das aber bedeutet, er muss sich für Recherche entscheiden. Für eine Haltung, die Recherche in den Vordergrund stellt, für Recherche als Markenkern. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss sich für Qualitätsjournalismus entscheiden.



### **23. Kritik der Forschungsmethoden**

Die empirischen Untersuchungsmethoden der Befragung und der Beobachtung haben sich für diese Studie bewährt, denn durch sie konnten Erkenntnisse über die Einflussfaktoren von Recherche in den ARD Inforadio-Redaktionen gewonnen werden.

Die zwei Redaktionsbeobachtungen (NDR Info und RBB Inforadio) erbrachten insbesondere Erkenntnisse aus dem Bereich des ‚Informellen‘. Dabei wurden sowohl informelle Hierarchieebenen als auch formelle und informelle Kommunikationsstrukturen sichtbar. Schon an dieser Stelle wurde deutlich, wie wichtig diskursive Koordinierung einerseits und klare Feedback-Strukturen andererseits für das atmosphärische Wirkungsgefüge einer Redaktion sind.

Durch die Leitfadeninterviews konnten Erkenntnisse insbesondere über die ‚Haltung‘ der Journalisten gewonnen werden. Dabei wurde deutlich, dass sich die Haltung sowohl aus grundlegenden Überzeugungen als auch aus Meinungen zusammensetzt, die wiederum auf die Redaktion als Ganzes wirken. Darüber hinaus brachten die Antworten Erkenntnisse über die Organisationsstruktur und damit einhergehend über die Ausgestaltung von Recherche in der jeweiligen Redaktion.

Nicht zuletzt durch die konsequente Anwendung der beschriebenen Gütekriterien (siehe Kapitel 12.1.) kann den Erkenntnissen insgesamt ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit zugebilligt werden. Insbesondere durch den Methodenmix (Triangulationsansatz) konnte einerseits die Datenmenge erhöht werden, andererseits ließen sich Aussagen durch Beobachtungen inhaltlich bestätigen beziehungsweise widerlegen. Die detaillierte Deskription der Ergebnisse (Verfahrensdokumentation) und deren Auswertung schaffen zusammen eine belastbare Grundlage (Argumentative Interpretationsabsicherung) für eine Interpretation, die erste Bausteine eines theoretischen Konzeptes für das Phänomen Rechercheklima liefert.

Sowohl für die teilnehmende Beobachtung als auch für die Leitfadeninterviews gibt es eine wesentliche Voraussetzung: Die Kooperationsbereitschaft der ‚Beforschten‘. Diese Kooperationsbereitschaft war bei allen Beteiligten der ARD-Infosender vorhanden. Mehr noch: Es gab keinerlei Restriktionen. Es konnte alles überall beobachtet werden. Die bei den Pretests verabredeten Leitfadeninterviews ließen sich alle realisieren. Auch die bei den zwei nicht

beobachteten Infosendern (HR Info und MDR Info) von den Redaktionsleitungen vorgeschlagenen Interviewpartner entpuppten sich nicht als ‚ausgesuchte‘ Gesprächspartner, sondern als kritische bzw. selbstkritische Journalisten. Insbesondere die Gesprächspartner haben die Möglichkeit geschätzt, durch die Beantwortung der Fragen ihre Arbeit einmal zu reflektieren. Insgesamt wurde dem Forschungsvorhaben bei allen Beteiligten (zum Teil auch bei anderen Redaktionsmitgliedern) mit großem Interesse begegnet. Daher war es kaum verwunderlich, dass die Redaktionsmitglieder etwas über die ‚beobachteten‘ Erkenntnisse erfahren wollten. Da am Ende der Beobachtungszeit bei NDR Info und beim RBB Inforadio keine Beeinflussung der ‚real-life-Situation‘ mehr möglich war, wurde die Erwartung mit einigen kurzen Statements bedient.

### **23.1. Kritik der Forschungsmethode – Teilnehmende Beobachtung**

Nachdem die Pretests gezeigt hatten, dass den ‚Beforschten‘ durchgängiges Beobachten unangenehm war, wurde die ‚Wandervariante‘ umgesetzt. Ein Zyklus von je 30 Minuten hat sich dabei als erfolgreich erwiesen. Nach einer kurzen Gewöhnungsphase wurde das Beobachten im Wesentlichen vergessen, besonders wenn der Forscher scheinbares Desinteresse an den Tag legte, indem er lustlos in Zeitschriften blätterte oder gedankenverloren auf dem Notizblock kritzelte. Gleichzeitig wurden allerdings ‚die Ohren gespitzt‘ und das miterlebte Geschehen etwas zeitversetzt protokolliert. Diese Variante war äußerst ergiebig, denn Kommunikation wird zu einem erheblichen Anteil ‚gehört‘ und eben nicht nur ‚gesehen‘. Offenbar trug gerade das ‚Nicht-Beobachten‘ dazu bei, dass die Inforadio-Mitarbeiter quasi ‚frank und frei‘ mit den Kollegen sprachen. Das lässt sich daraus ableiten, dass in diesen Situationen durchaus deutliche Kritik an Entscheidungen oder auch Verhaltensweisen von Kollegen geübt wurde. Damit hier kein Missverständnis entsteht: Klatsch und Tratsch, der für die Untersuchung irrelevant war, wurde selbstverständlich nicht mitprotokolliert.

Für Redaktionsbeobachtungen ist das ‚Zuhören‘ demnach mindestens ebenso wichtig wie das tatsächliche visuelle Beobachten. Insofern ist der Begriff ‚Teilnehmende Beobachtung‘ leicht ungenau, denn er impliziert eine Dominanz des Visuellen. Letztlich geht es aber um das Mit-Erleben einer real-life-Situation, also um eine umfängliche Wahrnehmung.

Um einer ‚selektiven Wahrnehmung‘ vorzubeugen, wurde für die einzelnen Bereiche je ein Leitfaden erarbeitet, der insbesondere in Beobachtungspausen immer wieder für eine gewisse Orientierung sorgte. Es hat sich schon bei den Pretests herausgestellt, dass für das Protokollieren ein Laptop ungeeignet ist. Das Tippen wird von den Beobachteten als störend empfunden. Besser eignen sich Block und Bleistift<sup>96</sup>. Als hilfreich erwies sich das Abtippen der ‚Kladde‘ am jeweiligen Abend der Beobachtungstage, da die Situationen im Gedächtnis dann noch sehr präsent waren.

Wie die Pretests schon gezeigt hatten, sind kurze Nachfragen während einer Beobachtungseinheit durchaus sinnvoll, denn sonst können relativ schnell falsche Schlüsse gezogen werden, wie zum Beispiel beim Telefonieren: Eine kurze Erklärung, mit wem über was gesprochen wurde, ist hilfreich, um einordnen zu können, in wie weit das Gespräch den Bereich der Recherche tangiert.

Insgesamt konnte durch Kurz-Gespräche am Rande der Beobachtung den ‚Beforschten‘ vermittelt werden, dass der Forscher deren Arbeit versteht, insbesondere natürlich auch auf Grund biographischer Parallelen. Spätestens nach solchen Kurz-Gesprächen wurde dem Forscher auf Augenhöhe begegnet, was sich durch die Verwendung von Fachvokabular ohne weitere Erklärung erkennen ließ.

Der gewählte Zeitraum für die Redaktionsbeobachtungen kann als günstig bezeichnet werden, denn es gab keine besonderen Ereignisse, die zu gravierenden Änderungen der Rahmenbedingungen geführt hätten.

### **23.2. Kritik der Forschungsmethode – Befragung**

Grundsätzlich lassen sich Journalisten gut befragen. Sie sind das Frage-Antwort-Spiel gewöhnt, wenn auch in umgekehrter Konstellation. Es hat sich bei den Interviews herausgestellt, dass Sie über ihre Rolle als Journalisten offen-

---

<sup>96</sup> So banal es klingt: Das Schreiben mit einem Bleistift ist für die Schreibhand weniger belastend als mit einem Kugelschreiber, da die Mine leichter über das Papier gleitet. Das ist insofern von Belang, da Wissenschaftler in aller Regel eher am Computer tippen und ‚ungewohntes‘ Dauerschreiben daher schnell zu einer Sehenscheidenentzündung führen kann.

bar selten bis nie befragt werden, denn diese Antworten kamen sehr zögerlich. Gerade dieses Zögern lässt die Vermutung zu, dass die Antworten nicht schon vorher parat waren, sondern dass darüber tatsächlich ernsthaft nachgedacht werden musste. Das lässt insgesamt darauf schließen, dass die Antworten authentisch sind und nicht im Sinne einer ‚Sozialen Erwünschtheit‘ formuliert wurden. Durch den verwendeten Methodenmix konnten die Antworten der ‚Beforschten‘ mit deren beobachteten Handeln in Beziehung gesetzt werden. Ein Agieren im Sinne ‚Sozialer Erwünschtheit‘ wurde dabei nicht offenbar. Es gab bei den Befragungen vielmehr den Versuch einer selbstkritischen Auseinandersetzung mit der Recheresituation in der jeweiligen Redaktion.

Die Leitfadeninterviews wurden während der Arbeitszeit der Journalisten geführt. Insofern war die zeitliche Begrenzung von 60 Minuten richtig, mehr Zeit hätte niemand der Befragten erübrigen können. Diese 60 Minuten wurden nur zweimal leicht unterschritten auf Grund dringender Termine der Interviewpartner. Deutlich wichtiger als angenommen war das Umfeld, in dem die Interviews stattfanden. Es hat sich gezeigt, dass die zwei Interviews, die nicht in einem ruhigen Büro sondern in einer Kantine geführt wurden, deutlich unstrukturierter abliefen, da sowohl der Forscher als auch die Interviewpartner durch die Geräuschkulisse abgelenkt waren. Allerdings musste dem Ortswunsch der Gesprächspartner stattgegeben werden, da diese zwei Interviews während der Mittagspause geführt wurden.

Als äußerst hilfreich hat sich die Konzeption des Leitfadens für die Interviews erwiesen. Der themenzentrierte, teilstandardisierte Zuschnitt des Leitfadens ließ einerseits genügend ‚Raum‘ für etwas weiter angelegte Ausführungen, insbesondere aus der Lebenswirklichkeit der Befragten, andererseits zwang der Leitfaden den Forscher dazu, nicht den Fokus zu verlieren. Auch beziehungsweise gerade bei der Auswertung der Interviews hat die Struktur der Interviewleitfäden in Anlehnung an Klammer (siehe Kapitel 14.1.) dazu geführt, schlicht nicht die Übersicht zu verlieren.

Der narrative Anteil der Leitfadeninterviews ist kritisch zu beurteilen. Letztlich sollte dadurch ein reflektierender Blick auf eine Rechercheleistung geworfen werden können. Zwar wurden einige Best-Practice-Beispiele ‚erzählt‘, al-

lerdings eher deskriptiv als analysierend. Insofern ist die Erkenntnis-Ausbeute geringer als erhofft. Zwar wurde im Vorfeld explizit darauf hingewiesen, dass im Zuge des Interviews um die Erzählung eines Best-Practice-Beispiels gebeten wird, allerdings haben sich tatsächlich nur wenige für diesen Part vorbereitet. Die meisten Befragten haben ‚aus dem Bauch heraus‘ geantwortet. Wahrscheinlich hätte dieser Part im Vorfeld noch deutlicher vor allem aber zeitnaher kommuniziert werden müssen.

Absolut unerlässlich war das Mitschneiden der Interviews. Da Audioaufnahmen für Radiojournalisten alltäglich sind, gab es dagegen keinerlei Ressentiments. Beim Transkribieren ergab sich die Schwierigkeit, dass gesprochene Sprache oft keiner Grammatik folgt. Daher wurden die Interviews im Sinne eines grammatikalisch vertretbaren Hörverstehens transkribiert.

## **24. Weiterer Forschungsbedarf**

Diese Untersuchung hat gezeigt, dass das Rechercheklima einer Redaktion abhängig ist von vielen Einflussfaktoren, die miteinander in Beziehung stehen. Um Mechanismen erarbeiten zu können, die das Potential von Recherche in Redaktionen unterstützt und verbessert, muss noch genauer geklärt werden, worauf die Tätigkeit des Recherchierens eigentlich basiert.

Eine medienpsychologische Untersuchung könnte die interessante Frage klären, warum (einige) Journalisten überhaupt wissen wollen, was irgendwo der Fall ist? Was ist ihr Antrieb? Was sind ihre Motive? Möglicherweise ließe sich darüber klären, wie Journalisten über weite Strecken motiviert werden können bzw. motiviert bleiben.

Darüber hinaus könnte eine mediensoziologische Fragestellung klären, ob sich der Erkenntniswille bei Journalisten möglicherweise aus ihrer Biographie ergibt. Macht es zum Beispiel einen Unterschied, ob Journalisten in Ost- oder Westdeutschland sozialisiert wurden? Diese Frage ist gut 20 Jahre nach dem Mauerfall insbesondere vor dem Hintergrund der Alterstruktur im Journalismus (vgl. Weischenberg, Malik, Scholl 2006, 262) immer noch aktuell.

Nicht nur für die Journalistenausbildung wäre die Frage nach der sagenumwobenen ‚Spürnase‘ im Bereich der Recherche von Interesse. Schon in dieser Studie wurde deutlich, dass die Tätigkeit des Recherchierens gemeinhin als erlernbares Handwerk gilt und nur für investigative Recherchen so etwas wie eine ‚Spürnase‘ nötig ist. Was aber ist so eine Spürnase? Oder anders gefragt: Lässt sich eine Spürnase antrainieren? Erkenntnisse könnten durch die wissenschaftliche Begleitung je einer einfachen, einer anspruchsvollen und einer tiefen Recherche in unterschiedlichen Redaktionen gewonnen werden, die im Anschluss mit Hilfe einer Inhaltsanalyse untersucht werden. Flankiert werden müsste solch eine Untersuchung durch eine detaillierte Befragung der beteiligten Journalisten.

Eine derartige Forschungsarbeit würde zum einen zu einer Recherche-Systematik führen, die wertvolle Erkenntnisse für die Aus- und Weiterbildung von Journalisten liefern kann. Zum anderen ließe sich dadurch möglicherweise

klären, ob und in wie weit es sich bei der ‚Spürnase‘ um intuitive Fähigkeiten oder schlichte Erfahrungswerte von Journalisten handelt. Entsprechende Erkenntnisse wären ebenfalls für die Aus- und Weiterbildung von Journalisten wertvoll.

Last but not least könnten im Rahmen einer politikwissenschaftlichen Forschungsarbeit die (möglichen) gesellschaftspolitischen Folgen von investigativer Recherchearbeit analysiert werden. Die Idee zu diesem Forschungsansatz entstand nach der Aussage eines Reporters, der durchaus nichts dagegen hat, dass seine investigativen Recherchen „*Konsequenzen haben auf Systeme oder auf Personen*“ (Heinzle 2011, 79). Dabei stellt sich weniger die Frage, ob investigative Recherchen zu Veränderungen bei Unternehmen, Institutionen oder Personen führen, denn dafür gibt es zahlreiche Beispiele. Es stellt sich vielmehr die Frage nach der politischen Kontextualisierung von journalistischer Recherche. Wie nachhaltig beeinflussen profunde Recherchen gesellschaftspolitische Veränderungsprozesse?

## **25. (Erste) Bausteine einer Theorie für das Phänomen Rechercheklima**

Auch wenn diese Untersuchung nicht das Ziel hat, eine Theorie der Recherche zu verfassen oder zu ersetzen, so lassen sich dennoch aus dem vorliegenden Material erste Bausteine einer Theorie für das Phänomen Rechercheklima gewinnen.

Es hat sich im Laufe der Untersuchung gezeigt, dass Recherche an sich eine normative Größe ist, abgeleitet aus einem gesellschaftspolitischen Verständnis, das Öffentlichkeit als Grundvoraussetzung jeder Demokratie begreift und Journalismus im Prozess der Öffentlichkeit verortet.

Dabei wird die Art der Recherche einer Redaktion maßgeblich durch das Rechercheklima bestimmt. Das Rechercheklima wiederum ergibt sich aus dem Zusammenspiel einer Reihe von Einflussfaktoren, die beobachtbar variieren. Der wesentliche Pfeiler des Rechercheklimas ist dabei die in der Redaktion vorherrschende Haltung. Denn sowohl die Verankerung der Recherche als Wert an sich im kollektiven Bewusstsein einer Redaktion als auch die tatsächliche Ausgestaltung von Recherchestruckturen in einer Redaktion werden maßgeblich von der in der Redaktion vorherrschenden Haltung geprägt.

Daraus ergibt sich ein Verständnis, dass die ‚Haltung‘ gleichzeitig als normativen und variablen Wert begreift.

Die Haltung als normativer Wert ergibt sich aus grundlegenden Überzeugungen mit kollektiver Wirkung, wie zum Beispiel durch das Rollenselbstverständnis der einzelnen Journalisten, in diesem Falle noch ergänzt durch ihr Verständnis vom öffentlich-rechtlichen Auftrag. Insbesondere das Verhältnis zur Kritik- und Kontrollfunktion im individuellen Rollenselbstverständnis entfaltet seine Wirkung im kollektiven Bewusstsein der Redaktion und spiegelt sich als normative Größe in der strategischen Vision der Redaktionsleitung (Leitungsebene).

Die Haltung als variabler Wert ergibt sich aus der Sinnvermittlung der strategischen Vision entlang der Hierarchieebenen und entfaltet eine Wechselwirkung durch formelle und informelle Kommunikation, wie etwa formelle Feedback-Struckturen oder diskursive Koordinierung in Teilbereichen der Redakti-



on. Als Konsequenz dieser kommunikativen Wechselwirkung entsteht ein Senderselbstverständnis respektive ein Redaktionsselbstverständnis.

Damit ist die Haltung quasi ursächlich für die Dialektik des Rechercheclimas, denn ebenso wie der Journalismus an sich (siehe Kapitel 5) einerseits geprägt ist von der gesellschaftlichen Struktur und andererseits diese Struktur spiegelt, ist das Rechercheclima einer Redaktion zugleich Spiegel und Prägung. Damit wird die Haltung an sich zu einer Gesetzmäßigkeit und dient als Grundpfeiler des Rechercheclimas einer Redaktion.

Die Recherche selbst bleibt - wie Haller beschreibt - eine Tätigkeit, die dem *„Auswerten empirischer Sachverhalte“* dient und unterscheidet sich in der Tat damit *„von der Zweckbestimmung der Realwissenschaft (Carnap 1928), die empirische Aussagen im Hinblick auf die Generalisierung von Aussagen (Gesetze) analysieren soll“* (Haller 2008, 46; Klammern im Original).

Aber die Haltung wird, wie beschrieben, zur Gesetzmäßigkeit. Und eben diese Gesetzmäßigkeit sollte sich analysieren und empirisch überprüfen lassen.

## **TEIL VII: Literatur- und Quellenverzeichnis**

### **26. Monographien und Aufsätze**

**ADORNO, TH.W. (1994):** Minima Moralia. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

**ALTMIPPEN, K., (1999a):** Redaktionen als Koordinationszentren. Beobachtungen journalistischen Handelns. Wiesbaden / Opladen: Westdeutscher Verlag.

**ALTMIPPEN, K.; DONGES, P; ENGELS, K (1999b):** Transformation im Journalismus. Journalistische Qualifikationen im privaten Rundfunk am Beispiel norddeutscher Sender. Berlin: Vistas.

**ALTMIPPEN, K.; KARMASIN, M., (2006):** Medien und Ökonomie, Bd. 3., Anwendungsfelder der Medienökonomie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

**ARD (Hrsg.) (2010):** ARD-Jahrbuch 10. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.

**ARNOLD, K. (2009):** Qualitätsjournalismus: Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft.

**ATTESLANDER, P.; CROMM, J., (2008):** Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin: Schmidt.

**BACHMANN, G. (2002):** Teilnehmende Beobachtung. In: KÜHL, S.; STRODTHOLZ, P. (Hrsg.): Methoden der Organisationsforschung. Ein Handbuch. Reinbeck: Rowohlt Taschenbuch Verlag. 323-361.

**BAERNS, B. (1985):** Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem. Köln: Verlag Wiss. u. Politik.

**BECK, K. (2005):** Föderal verfasster öffentlich-rechtlicher Rundfunk. In: RIDDER, C; LANGENBUCHER, W.R.; SAXER, U.; STEININGER, C. (Hrsg.) (2005): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 106-117.

**BEILE, J.; Wilke, P.; VOSS, E. (2009):** Erfolgreiche Gestaltung von Unternehmenskultur – Welche Instrumente haben sich bewährt und welche Rolle spielt die Beteiligungsorientierung. In: NERDINGER, F.W.; WILKE, P. (Hrsg.): Beteiligungsorientierte Unternehmenskultur. Erfolgsfaktoren, Praxisbeispiele und Handlungskonzepte. Wiesbaden: GWV Fachverlage GmbH.

**BLÖBAUM, B. (1994):** Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbstständigung. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- BLÖBAUM, B. (2004):** Organisation, Programme und Rollen. Die Struktur des Journalismus in systemtheoretischer Perspektive. In: LÖFFELHOLZ, M. (Hrsg.): Theorien des Journalismus. 2. Überarbeitete Auflage, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 201-215.
- BLUM, R. (2008):** Die bissigen Schoßhunde. Politischer Journalismus zwischen Machtkritik und Machtverliebtheit. In: PÖRKSEN, B.; LOOSEN, W.; SCHOLL, A. (Hrsg.): Paradoxien des Journalismus. Theorie - Empirie - Praxis. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 235-246.
- BÖSKENS, J. (2009):** Methodik – Journalistik und Publizistik – Medienrecht: Redaktionsmanagement als Erfolgsfaktor. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.
- BOLTE, A.; PORSCHEN, S. (2006):** Die Organisation des Informellen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- BORTZ, J.; DÖRING, N. (2006):** Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. Berlin, Heidelberg: Springer Medizin Verlag Heidelberg.
- BRENDEL, M.; BRENDEL, F.; SCHERTZ, C.; SCHREIBER, H. (2004):** Richtig recherchieren. Wie Profis Informationen suchen und besorgen. Ein Handbuch für Journalisten, Rechercheure und Öffentlichkeitsarbeiter, 6. Aufl. Frankfurt am Main: FAZ-Inst. für Management-, Markt- und Medieninformation.
- BRETTSCHEIDER, F. (1995):** Öffentliche Meinung und Politik. Eine empirische Studie zur Responsivität des Deutschen Bundestages zwischen 1949 und 1990. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- BROSDA, C. (2008):** Diskursiver Journalismus. Journalistisches Handeln zwischen kommunikativer Vernunft und mediensystemischem Zwang. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.
- BROSIUS, H.; HAAS, A.; KOSCHEL, F. (2009):** Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- BRUNS, A. (2009):** Von Gatekeeping zum Gatewatching. Modell der journalistischen Vermittlung im Internet. In: NEUBERGER, CH.; NUERNBERGK, CH.; RISCHKE, M. (Hrsg.): Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden: VS-Verlag, 107-128.
- BUCHHOLZ, A.; LA ROCHE, W.V. (2004):** Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. München: List.

- CARIO, I. (2006):** Die Deutschland-Ermittler. Investigativer Journalismus und die Methoden der Macher. Berlin: LIT.
- DECHMANN, M. (1978):** Teilnahme und Beobachtung als soziologisches Basisverhalten. Ein Lehrbuch für Sozialwissenschaftler und soziale Berufe. Bern u.a.: Haupt.
- DIEKMANN, A. (2007):** Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- DIKOM (Hrsg.) (2002):** Untersuchung zur Auswirkung von Sparmaßnahmen auf die redaktionelle Arbeit deutscher Medien. Eine Befragung von Journalisten im September 2002. Düsseldorf.
- DOVIFAT, E.; DADELSEN, D. (1990):** Die publizistische Persönlichkeit. Berlin: de Gruyter.
- DONSBACH, W. (2008):** Im Bermuda-Dreieck. Paradoxien im journalistischen Selbstverständnis. In: PÖRKSEN, B.; LOOSEN, W.; SCHOLL, A. (Hrsg.): Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 147-164.
- DUDEEN (2001):** Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache, 3. Aufl. Mannheim: Dudenverlag.
- DYGUTSCH-LORENZ, I. (1971):** Die Rundfunkanstalt als Organisationsproblem. Ausgewählte Organisationseinheiten in Beschreibung und Analyse. Düsseldorf: Bertelsmann Universitätsverlag.
- DYGUTSCH-LORENZ, I. (1973):** Journalisten und Rundfunk. Empirische Kommunikationsforschung am Beispiel einer Rundfunkanstalt. Düsseldorf: Bertelsmann Universitätsverlag.
- DZIARNOWSKI, L.; SCHÜTZE, S. (Hrsg.) (2007):** Erfolgsfaktor Arbeitsklima. Vergleichende Analysen und empirische Ansätze, Köln: Josef Eul Verlag
- EHLERS, R. (1997):** Organisationsprobleme in Rundfunkanstalten. In: FÜNFELD, H.; MAST, C. (Hrsg.): Massenkommunikation. Ergebnisse und Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag, 281-294.
- ENGELS, F., RJAZANOV, D.; MARX, K. (1970):** Historisch-kritische Gesamtausgabe. Werke, Schriften, Briefe. Karl Marx und Friedrich Engels. Hrsg. von Rjzanov, D., Abt. 1: Sämtliche Werke und Schriften mit Ausnahme des "Kapital" Bd.4, Die Lage der arbeitenden Klasse in England und andere Schriften von August 1844 bis Juni 1846. Glashütten im Taunus: Auvermann u.a..

- FEYERABEND, P.K. (1976):** Wider den Methodenzwang. Skizze einer anarchistischen Erkenntnistheorie. Frankfurt M.: Suhrkamp.
- FIX, O. (1988):** Organisation des Rundfunks. Stand und Entwicklungsmöglichkeiten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- FLICK, U. (2009):** Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.
- FRIEDRICHS, J. (1977):** Methoden empirischer Sozialforschung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch-Verlag.
- FRIEDRICHS, J. (1999):** Methoden empirischer Sozialforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- FRIEDRICHS, J. (2009):** Das journalistische Interview. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- FROSCHAUER, U. (2009):** Interpretative Sozialforschung. Der Prozess. Wien: Facultas.
- GEHRAU, V. (2002):** Die Beobachtung in der Kommunikationswissenschaft. Methodische Ansätze und Beispielstudien. Konstanz: UVK Verlags-Gesellschaft.
- GIRTLER, R. (1992):** Methoden der qualitativen Sozialforschung. Anleitung zur Feldarbeit. Wien u.a.: Böhlau.
- GIRTLER, R. (2001):** Methoden der Feldforschung. Wien u.a.: Böhlau.
- HAAS, H. (1999):** Empirischer Journalismus. Verfahren zur Erkundung gesellschaftlicher Wirklichkeit. Wien u.a.: Böhlau.
- HAAS, M.H.; FRIGGE, U.; Zimmer, G. (1991):** Radio-Management. Ein Handbuch für Radio-Journalisten. München: Ölschläger.
- HABERMAS, J. (1962):** Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Neuwied: Luchterhand.
- HABERMAS, J. (2008):** Ach, Europa. Kleine politische Schriften XI. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- HALLER, M. (1983):** Recherchieren. Ein Handbuch für Journalisten. München: Ölschläger.
- HALLER, M. (2001):** Recherche-Werkstatt. Konstanz: UVK Verlags-Gesellschaft.
- HALLER, M. (2004):** Recherchieren, 6. Aufl. Konstanz: UVK Verlags-Gesellschaft.

**HALLER, M. (2008):** Recherchieren, 7. Aufl. Konstanz: UVK Verlags-Gesellschaft.

**HERMANN, H. (1981):** Das narrative Interview in berufsbiografisch orientierten Untersuchungen. Kassel: Wiss. Zentrum für Berufs- u. Hochschulforschung an d. Gesamthochschule.

**HICKETHIER, K. (2005):** Spartenprogramme als Reaktion auf die Publikumsfragmentierung. In: RIDDER, C; LANGENBUCHER, W.R.; SAXER, U.; STEININGER, C. (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 311-

**BIENZSCH, U. (1990):** Journalismus als Restgröße. Redaktionelle Rationalisierung und publizistischer Leistungsverlust. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.

**HOFER, A. (1978):** Unterhaltung im Hörfunk. Ein Beitrag zum Herstellungsprozess publizistischer Aussagen. Nürnberg: Verlag der Nürnberger Forschungsvereinigung.

**HORKHEIMER, M.; ADORNO, TH.W. (1986):** Dialektik der Aufklärung. Frankfurt am Main: Fischer Verlag.

**HOVESTÄDT, D. (1999):** Zum Stand der Recherche. In: LEIF, T. (Hrsg.): Leidenschaft: Recherche. Enthüllungsberichte und Skandal-Geschichten. Opladen u.a.: Westdeutscher Verlag, 33-42.

**HUPFER, P. (1991):** Das Klimasystem der Erde. Berlin: Akademie-Verlag.

**JANDURA, O; QUANDT, T.; VOGELSANG, J. (Hrsg.) (2011):** Methoden der Journalismusforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

**JENKE, M. (1991):** Die Hörfunkprogramme der ARD am Beginn der neunziger Jahre. In: HANS-BREDOW-INSTITUT (Hrsg.): ARD Jahrbuch. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 126-137.

**KANT, I.; WEISCHEDEL, W. (1995):** Die Kritiken / Immanuel Kant. Hrsg. von Wilhelm Weischedel. Kritik der reinen Vernunft, T1. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

**KASTL, J.M. (1994):** Gesellschaftliche Komplexität und redaktionelle Routine. Zur Funktion und Sozialisation freier Mitarbeiter. Opladen: Westdeutscher Verlag.

**KEF (2008):** 16. Bericht der KEF. Mainz.

**KEF (2009):** 17. Bericht der KEF. Mainz.

**KEF (2011):** 18. Bericht der KEF. Mainz.

- KLAMMER, B. (2005):** Empirische Sozialforschung. Eine Einführung für Kommunikationswissenschaftler und Journalisten. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- KOCK, K.; KUTZNER, E. (2003):** Einleitung: Wieso Betriebsklima? In: HANGEBRAUCK, U.-M.; KOCK, K.; KUTZNER, E.; MUESMANN, G. (Hrsg.): Handbuch Betriebsklima. München und Mering: Rainer Hampp Verlag, 13-20.
- KONRAD, K. (2010):** Mündliche und schriftliche Befragung. Ein Lehrbuch. Landau in der Pfalz: Verl. Empirische Pädagogik.
- KROMREY, H.; STRÜBING, J. (2009):** Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung. Stuttgart: Lucius & Lucius.
- KRZEMINSKI, M. (1987):** Thematisierung im Hörfunk. Eine empirische Untersuchung der Redaktionsarbeit für die aktuelle Berichterstattung in den Hörfunkprogrammen des Westdeutschen Rundfunks, Frankfurt a.M.: Peter Lang Verlag.
- LAMNEK, S. (2005):** Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch. Weinheim u.a.: Beltz PVU.
- LANGENBUCHER, W.R. (1980):** Journalismus und Journalismus. Plädoyers für Recherche und Zivilcourage. München: Ölschläger.
- LEIF, T. (1999):** Leidenschaft Recherche. Skandal-Geschichten und Enthüllungs-Berichte. Opladen u.a.: Westdeutscher Verlag.
- LEIF, T. (2003):** Mehr Leidenschaft Recherche. Skandal-Geschichten und Enthüllungsberichte. Ein Handbuch zur Recherche und Informationsbeschaffung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- LEYENDECKER, H. (2000):** Die sogenannte vierte Gewalt ist oft nur viertklassig. In: Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.): Im Seichten kann man nicht ertrinken... Medien zwischen Sinn und Sensation. Medien-Disput der Friedrich-Ebert-Stiftung vom 9. November 2000 in Mainz, 16-21.
- LÖFFELHOLZ, M. (2004):** Theorien des Journalismus. Eine historische, metatheoretische und synoptische Einführung. In: LÖFFELHOLZ, M. (Hrsg.) Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. 2. Aufl. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 17-63.
- LOOSEN, W.; SCHOLL, A. (2011):** Validierung oder Ergänzung? Zur Praxis von Methodenkombinationen in der Journalismusforschung. In: JANDURA, O; QUANDT, T.; VOGELSSANG, J. (Hrsg.): Methoden der Journalismusforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 109-121.

**LUBLINSKI, J. (2004):** Wissenschaftsjournalismus im Hörfunk. Redaktionsorganisation und Thematisierungsprozesse, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

**LUDWIG, J. (2007):** Investigativer Journalismus. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

**LÜNENBORG, M. (2005):** Journalismus als kultureller Prozess. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

**LUHMANN, N. (1976):** Funktionen und Folgen formaler Organisation. Schriftenreihe der Hochschule Speyer, Bd. 20, 3. Aufl. Berlin: Duncker & Humblot

**MACHILL, M.; GERSTNER, J.R. (2008):** Journalistische Recherche im Internet. Bestandsaufnahme journalistischer Arbeitsweisen in Zeitungen, Hörfunk, Fernsehen und Online. Berlin: Vistas-Verlag.

**MARCHAL, P. (2004):** Kultur- und Programmgeschichte des öffentlich-rechtlichen Hörfunks in der Bundesrepublik Deutschland. Ein Handbuch, Bd.2, Von den 60er Jahren bis zur Gegenwart. München: kopaed.

**MARMOR, L. (2009):** Grußwort zum Jahrestreffen von Netzwerk Recherche am 6. Juni 2009 in Hamburg. In: NETZWERK RECHERCHE (Hrsg.) (2009): Journalismus zwischen Morgen und Grauen. Dokumentation der Jahreskonferenz Netzwerk Recherche e.V., 5. und 6. Juni, Hamburg 2009. Wiesbaden: Netzwerk Recherche.

**MAST, C. (2008):** ABC des Journalismus. Ein Handbuch. Konstanz: UVK-Verlags-Gesellschaft.

**MAYRING, P. (2002):** Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim u.a.: Beltz.

**MECKEL, M. (1999):** Redaktionsmanagement. Ansätze aus Theorie und Praxis. Opladen u.a.: Westdeutscher Verlag.

**MECKEL, M.; SCHMID, B.F. (2008):** Kommunikationsmanagement im Wandel. Beiträge aus 10 Jahren =mcminstitute. Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler / GWV Fachverlage GmbH.

**MEIER, K. (2002):** Ressort, Sparte, Team. Wahrnehmungsstrukturen und Redaktionsorganisation im Zeitungsjournalismus. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

**MEIER, K. (2007):** Journalistik. Konstanz: UVK Verlags-Gesellschaft.

**MINNSEN, H. (2003):** Arbeitsmanagement zwischen Humanisierung und Rationalisierung. In: HANGEBRAUCK, U.-M.; KOCK, K.; KUTZNER, E.; MUES-



MANN, G. (Hrsg.): Handbuch Betriebsklima. München und Mering: Rainer Hampp Verlag, 53-63.

**MÖHRING, W.; SCHLÜTZ, D. (2010):** Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

**NAGEL, L.-M. (2007):** Bedingt ermittlungsbereit. Investigativer Journalismus in Deutschland und den USA, herg. vom Netzwerk Recherche e.V. Berlin: Lit Verlag.

**NEUBERGER, Ch. (2007):** Beobachten, Beeinflussen und Verhandeln via Öffentlichkeit. In: ALTMEPPEN, K.-D.; HANITZSCH, Th.; SCHLÜTER, C. (Hrsg.): Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften, 139-161.

**NEUBERGER, CH.; NUERNBERGK, Ch.; RISCHKE, M. (Hrsg.) (2009):** Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.

**NEUBERGER, CH. (2009):** Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. In: NEUBERGER, CH.; NUERNBERGK, Ch.; RISCHKE, M. (Hrsg.) (2009): Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften, 19-105.

**NERDINGER, F.W.; WILKE, P. (Hrsg.) (2009):** Beteiligungsorientierte Unternehmenskultur. Erfolgsfaktoren, Praxisbeispiele und Handlungskonzepte. Wiesbaden: GWV Fachverlage GmbH.

**NETZWERK RECHERCHE (2003a):** Recherche fordern und fördern. Wiesbaden: Netzwerk Recherche.

**NETZWERK RECHERCHE (2003b):** Trainingshandbuch Recherche. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

**PAETZOLD, U. (1980):** Hofberichterstattung oder Recherchejournalismus. Zur Philosophie journalistischer Arbeit. In: LANGENBUCHER, W.R. (Hrsg.): Journalismus & Journalismus. Plädoyers für Recherche und Zivilcourage. München: Verlag Ölschläger, 21-33.

**PETERS, B.; WESSLER, H. (2006):** Transnationale Öffentlichkeiten – analytische Dimension, normative Standards, soziokulturelle Produktionsstrukturen. In: IMHOF, K.; BLUM, R.; BONFADELLI, H.; JARREN, O. (Hrsg.): Demokratie in der Mediengesellschaft. Wiesbaden, VS-Verlag für Sozialwissenschaften, 125-144.

**PFETSCH, B. (2005):** Der öffentlich-rechtliche Rundfunk als Träger der politischen Kommunikation. In: RIDDER, C; LANGENBUCHER, W.R.; SAXER, U.; STEININGER, C. (Hrsg.) (2005): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 240-251.

**PFETSCH, B. (2006):** Wandlungsprozesse politischer Öffentlichkeit. Zur „Entgrenzung“ lokaler, nationaler und alternativer Kommunikationsinfrastrukturen. In: IMHOF, K.; BLUM, R.; BONFADELLI, H.; JARREN, O. (Hrsg.): Demokratie in der Mediengesellschaft. Wiesbaden, VS-Verlag für Sozialwissenschaften, 228-236.

**PÖTTKER, H.; SCHULZKI-HADDOUTI, C. (2007):** Vergessen? Verschwiegen? Verdrängt? 10 Jahre Initiative Nachrichtenaufklärung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH.

**PREGER, S. (2004):** Mangelware Recherche. Münster: Lit.

**PROTT, J. (1976):** Bewusstsein von Journalisten. Standesdenken oder gewerkschaftliche Solidarisierung? Frankfurt a. M./Köln: Europäische Verlagsanstalt.

**PROTT, J. (2008):** Abhängige Selbstdarsteller. Zur Paradoxie von Fesselungen und Entfesselungen im Journalismus. In: PÖRKSEN, B; LOOSEN, W.; SCHOLL, A (Hrsg.): Paradoxien des Journalismus. Theorie - Empirie - Praxis. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 193-208.

**PÜRER, H.; RAABE, J. (2002):** Zur Berufsgeschichte des Journalismus, In: NEVERLA, I.; GRITTMANN, E.; PATER, M. (Hrsg.): Grundlagentexte zur Journalistik. Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft, 410-416.

**QUANDT, T. (2005):** Journalisten im Netz. Eine Untersuchung journalistischen Handelns in Online-Redaktionen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

**RAABE, J. (2005):** Die Beobachtung journalistischer Akteure. Optionen einer empirisch-kritischen Journalismusforschung. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.

**RAGER, G.; WERNER, P.; WEBER, B. (1992):** Arbeitsplatz Lokalradio. Journalisten im lokalen Hörfunk in Nordrhein-Westfalen. Opladen: Leske u. Budrich.

**REDELFS, M. (1996):** Investigative Reporting in den USA. Strukturen eines Journalismus der Machtkontrolle, Westdeutscher Verlag.

**REDELFS, M. (2003a):** Recherchekultur im deutschen Journalismus. Von der Hoffnung, dass Leidenschaft ansteckt. In: LEIF, T. (Hrsg.): Mehr Leidenschaft Recherche. Skandal-Geschichten und Enthüllungsberichte. Ein Handbuch zur Recherche und Informationsbeschaffung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

**REDELFS, M. (2003b):** Recherche mit Hindernissen: Investigativer Journalismus in Deutschland und den USA. In: LANGENBUCHER, W.R. (Hrsg.): Die Kommunikationsfreiheit der Gesellschaft. Die demokratischen Funktionen eines Grundrechts. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 208-240.

**REDELFS, M. (2007):** „Investigative Reporting“ in den USA. Welche Strukturen stützen den Recherche-Journalismus? In: PÖTTKER, H.; SCHULZKI-HADDOUTI, C. (Hrsg.): Vergessen? Verschwiegen? Verdrängt? 10 Jahre „Initiative Nachrichtenaufklärung“. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 131-151.

**REITZE, H.; RIDDER, C. (Hrsg.) (2011):** Massenkommunikation VIII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2010. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

**RIDDER, C; LANGENBUCHER, W.R.; SAXER, U.; STEININGER, C. (Hrsg.) (2005):** Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

**RIEDERER, M. (2008):** Ständig auf dem Laufenden. In: HANS-BREDOW-INSTITUT (Hrsg.): ARD-Jahrbuch. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 69-75.

**ROBINSON, G. (1973):** Fünfundzwanzig Jahre Gatekeeper-Forschung: Eine kritische Rückschau und Bewertung. In: AUFERMANN, J.; BOHRMANN, H.; SÜLZER, R. (Hrsg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information, Band 1, Frankfurt a.M.: Athenäum Verlag, 344-355.

**RÜCKEL, R. (1975):** Lokalredakteure. Eine vergleichende Rollenanalyse. Opladen: Westdeutscher Verlag.

**RÜHL, M. (1969):** Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System, Bielefeld: Bertelsmann Universitätsverlag.

**RÜHL, M. (1979):** Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System, 2. überarb. u. erw. Aufl., Fribourg: Universitätsverlag.

**RÜHL, M. (1989):** Organisatorischer Journalismus. Tendenzen der Redaktionsforschung. In: KAASE, M.; SCHULZ, W. (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde, Opladen: Westdeutscher Verlag, 253-269.

**RUSS-MOHL, S. (2003):** Journalismus. Das Hand- und Lehrbuch. Frankfurt am Main: Frankfurter Allgemeine Buch im F.A.Z.-Institut.

**SCHEUCH, E.K. (1973):** Das Interview in der Sozialforschung. In: KÖNIG, R (Hrsg.): Handbuch der empirischen Sozialforschung. Grundlegende Methoden und Techniken der empirischen Sozialforschung. Erster Teil. 3. umgearbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag, 66-190.

**SCHNELL, R. (2005):** Methoden der empirischen Sozialforschung. München u.a.: Oldenbourg.

**SCHÖFTHALER, E. (1997):** Recherche praktisch. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München: List.

**SCHÖFTHALER, E. (2006):** Die Recherche. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Berlin: Econ-Verlag.

**SCHOLL, A.; WEISCHENEBRG, S. (1998):** Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie. Opladen u.a.: Westdeutscher Verlag.

**SCHOLL, A.; RENGER, R.; BLÖBAUM, B. (2007):** Journalismus und Unterhaltung. Theoretische Ansätze und empirische Befunde. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaft.

**SCHOLL, A. (2009):** Die Befragung. Konstanz: UVK-Verlags-Gesellschaft.

**SCHULZ, R. (1974):** Entscheidungsstrukturen der Redaktionsarbeit. Eine vergleichende empirische Analyse des redaktionellen Entscheidungshandelns bei regionalen Abonnementzeitungen unter besonderer Berücksichtigung der Einflußbeziehungen zwischen Verleger und Redaktion. Mainz: J.G. Universität Mainz.

**SCHWIESAU, D. (1997):** Ständig auf dem laufenden. Nachrichtenradios in Deutschland. In: HANS-BREWOW INSTITUT (Hrsg.): ARD Jahrbuch. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 74-80.

**SPONHOLZ, L. (2009):** Die Möglichkeit journalistischer Erkenntnis. Objektivität zwischen Recherche und Rekonstruktion der Realität. Marburg: Tectum Verlag.

**STREHLE, S. (2012):** Zur Aktualität von Jean Baudrillard. Einleitung in sein Werk. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.

**THOMAS, T.; KROTZ, F. (2008):** Medienkultur und Soziales Handeln: Begriffsarbeiten zur Theorieentwicklung. In: THOMAS, T. (Hrsg.): Medienkultur und soziales Handeln. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften, 17-42.

**WEBER, M. (1919):** Der Beruf zur Politik. In: WINCKELMANN, J. (Hrsg.) (1973): Max Weber. Soziologie. Universalgeschichtliche Analysen. Politik. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag, 167-185.

**WEICHLER, K. (2003):** Redaktionsmanagement. Konstanz: UVK Verlags-Gesellschaft.

**WEISCHENBERG, S. (1992):** Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation, Bd. 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen: Westdeutscher Verlag.

**WEISCHENBERG, S. (1994):** Die Zukunft des Journalismus. Technologische, ökonomische und redaktionelle Trends. Opladen: Westdeutscher Verlag.

**WEISCHENBERG, S. (1995):** Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation, Bd. 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Opladen: Westdeutscher Verlag.

**WEISCHENBERG, S. (2004):** Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis, Bd. 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen, 3. Aufl., Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.

**WEISCHENBERG, S.; MALIK, M.; SCHOLL, A. (2006):** Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK Verlags-Gesellschaft.

**WELKER, M. (2012):** Journalistische Recherche als kommunikatives Handeln. Journalisten zwischen Innovation, Rationalisierung und kommunikativer Vernunft. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

**WESSLER, H.; WINGERT, L. (2007):** Der Sinn von Öffentlichkeitsforschung: Worum es Bernhard Peters ging. In: PETERS, B.: Der Sinn von Öffentlichkeit. Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, 11-27.

## 27. Zeitungs- und Zeitschriftenartikel

**BLASBERG, A.; HAMANN, G. (2009):** Deutschland, entblättert. In: Die Zeit, Nr.49/26.11.2009, 23-26.

**DAHRENDORF, R. (1967):** Aktive und passive Öffentlichkeit. In: Merkur, 21. Jg., H. 226/227, S.1109-1122. Zitiert nach NEUBERGER 2009.

**KLINGLER, W.; MÜLLER, D.K. (2008):** MA 2008 II. Stabile Nutzungsmuster auch bei erweiterter Grundgesamtheit. In: Media Perspektiven, Nr.10, 502-515.

**KLINGLER, W.; MÜLLER, D.K. (2009):** MA 2009 II. Radio gewinnt Hörer bei jungen Zielgruppen. In: Media Perspektiven, Nr. 10, 518-528.

**LILIENTHAL, V. (2010):** Wie viel Haltung brauchen wir? In: Message, Nr. 1, 30-36.

**LÜNENBORG, M. (2012):** Die Krise des Journalismus? Die Zukunft der Journalistik! Ein Diskussionsbeitrag zur Reflexivität und Praxisrelevanz von Wissenschaft. In: Publizistik, Heft 4, 445-461.

**MAREK, M. (2009):** Seymour Hersh: "Die Mächtigen sollen wissen, dass sie kontrolliert werden", In: Hamburger Abendblatt, 24./25.10.2009, 9.

**MECKEL, M.; DRAHT, H. (2001):** I-Tüpfelchen Recherche. In: Message, Nr. 1, 34-38.

**NEUBERGER, C. (2003):** Onlinejournalismus. Veränderungen - Glaubwürdigkeit - Technisierung. In: Media Perspektiven, Nr. 3, 131-138.

**PETERS, B. (1994):** Der Sinn von Öffentlichkeit. In: FRIEDRICHS, J.; LEPSIUS, R.; NEIDHARDT, F. (Hrsg.) Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 34/1994. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

**PÖTTKER, H. (2010):** Der Beruf zur Öffentlichkeit. Über Aufgabe, Grundsätze und Perspektiven des Journalismus in der Mediengesellschaft aus der Sicht praktischer Vernunft. In: Publizistik, Heft 2, 107-128.

**RENNER, K. (2009):** Er tritt anderen ohne Scheu vors Schienbein. Hamburger Abendblatt, 24.07.2009.

**RIDDER, C.; ENGEL, B. (2005):** Massenkommunikation 2005. Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich, ARD/ZDF Langzeitstudie. In: Media Perspektiven, Nr. 9, 422-448.

**SACKMANN, S. (2007):** Unternehmenskultur – Was versteht man darunter und welche Auswirkungen hat sie auf ein Unternehmen? In: Initiative neue

Qualität der Arbeit (Hrsg.): Unternehmenskultur und wirtschaftlicher Erfolg. Symposium am 5. Dezember 2006 im Bundesministerium für Arbeit und Soziales in Berlin, Dortmund: Wirtschaftsverlag NW.

**SANDBERG, B. (2011):** Die entfesselte Ente, In: DER Spiegel, Nr. 10, 142.

**SCHMITZ, H. (2009):** Streichkonzert. In: Journalist, Nr. 6, 63-65.

**SCHÜTZ, W.J. (2009):** Deutsche Tagespresse 2008. In: Media Perspektiven, Nr. 9, 454-483.

**SPIEGEL (28.02.2011):** ARD – Datenbank sortiert Talk-Gäste, Nr. 9, 131 (zitiert: Spiegel 09/2011, 131)

**TILLACK, H. (2007a):** Zum Wohl, liebe Staatsdiener! In: Stern, Nr.4, 46-47.

**WEISCHENBERG, S. (1983):** Investigativer Journalismus und "kapitalistischer Realismus". Zu den Strukturbedingungen eines anderen Paradigmas der Berichterstattung. In: Rundfunk und Fernsehen, Nr. 3-4, 349-369.

## **28. Gesetze / Verordnungen / Verträge**

**BUNDESGESETZBLATT Jahrgang 2005**, Teil I, Nr. 57, Ausgegeben zu Bonn am 13.09.2005.

**BVERFG 59**, 2., 13.01.1982. Freie Mitarbeiter.

**BVERFG 73 - 118**, 04.11.1986. 4. Rundfunkurteil.

**GESETZ** zur Regelung des Zugangs zu Informationen des Bundes (Informationsfreiheitsgesetz – IFG). Bundesministerium des Inneren, 15.01.2007.

**NDR-STAATSVERTRAG (2005)**: Staatsvertrag für den Norddeutschen Rundfunk in der Fassung vom 1./2.05.2005.



## 29. Internetquellen

**ARD INTERN (2011):** ARD-Info-Nacht. Unter:

<http://www.ard.de/intern/abc/-/id=1643802/nid=1643802/did=1862910/1l835uu/index.html#abcListItem1862910>, zuletzt besucht: 13.10.2011.

**BUNDESINNENMINISTERIUM (2007):** Ein Jahr Informationsfreiheitsgesetz des Bundes. Presseerklärung. Unter:

<http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2007/01/einjahrifg.html>, zuletzt besucht: 18.03.2010.

**HR (2012):** Wir über uns. Organigramm. Unter: [http://www.hr-online.de/website/derhr/home/download.jsp?key=standard\\_kolumne\\_20298302&row=0&rubrik=6320](http://www.hr-online.de/website/derhr/home/download.jsp?key=standard_kolumne_20298302&row=0&rubrik=6320), zuletzt besucht: 13.01.2012.

**HR (2012a):** Studios. Unter: <http://www.hr-online.de/website/derhr/home/index.jsp?rubrik=2716>, zuletzt besucht: 13.01.2012.

**HR INFO (2012):** Über HR Info. Unter: [http://www.hr-online.de/website/radio/hrinfo/index.jsp?rubrik=34590&key=standard\\_document\\_36483148](http://www.hr-online.de/website/radio/hrinfo/index.jsp?rubrik=34590&key=standard_document_36483148), zuletzt besucht: 13.01.2012.

**KANT, I. (1784):** Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung? In: Berlinische Monatsschrift, Dezemberheft 1784, S. 481-494. Unter: <http://www.uni-potsdam.de/u/philosophie/texte/kant/aufklaer.htm>, zuletzt besucht: 28.02.2012.

**KÖD (2010):** Abschlusserklärung. Kongress Öffentlichkeit und Demokratie, Berlin. Unter: <https://www.oeffentlichkeit-und-demokratie.de/kongress.Html?start=info-abschluss>, zuletzt besucht: 7.10.2010.

**KOTSCH, R. (2009):** RBB legt Fernseh- und Hörfunkdirektion zusammen. Unter: [http://www.rbb-online.de/unternehmen/presse/presseinformationen/2009/rbb\\_legt\\_fernseh.html](http://www.rbb-online.de/unternehmen/presse/presseinformationen/2009/rbb_legt_fernseh.html), zuletzt besucht: 06.10.2011.

**LÜBBERS, C. (2010):** "Häufig nur durchschnittlicher Journalismus". Interview mit Dr. Volker Lilienthal, Professor für Qualitätsjournalismus an der Universität Hamburg, Homepage der Meedia GmbH & Co. KG. Unter: [http://meedia.de/nc/details-topstory/article/hufig-nur-durchschnittlicher-journalismus\\_100025875.html?tx\\_ttnews](http://meedia.de/nc/details-topstory/article/hufig-nur-durchschnittlicher-journalismus_100025875.html?tx_ttnews), zuletzt besucht: 07.04.2010.

**NDR (2009):** Willkommen beim NDR. Ein Streifzug durch Norddeutschlands führendes elektronisches Medienunternehmen. Unter: <http://www.ndr.de/>

[unternehmen/organisation/fuehrungen/faq10.pdf](#), zuletzt besucht:

05.03.2010.

**NDR (2010):** Die HSH Nordbank in der Krise. Unter: <http://www.ndr.de/wirtschaft/dossiers/hshnordbank/index.html>, zuletzt besucht: 05.05.2010.

**NDR-INFO (2010):** Info Uhr. Unter:

[http://www.ndrinfo.de/programm/info\\_uhr/index.html](http://www.ndrinfo.de/programm/info_uhr/index.html), zuletzt besucht:

25.05.2010.

**NDR-INFO (2010 A):** WIR ÜBER UNS. Der Reporterpool von NDR-Info. Unter: [http://www.ndrinfo.de/wir\\_ueber\\_uns/reporter/index.html](http://www.ndrinfo.de/wir_ueber_uns/reporter/index.html), zuletzt besucht: 05.05.2010.

**NDR-INFO (2011):** NDR Info – Die Welt im Viertelstundentakt. Unter:

<http://www.ndr.de/info/programm/index.html>, zuletzt besucht: 23.08.2011.

**NDR-INFO (2011 A):** Sendungen im Überblick. Unter:

<http://www.ndr.de/info/programm/sendungen/index.html>, zuletzt besucht:

23.08.2011.

**NDR-INFO (2011 B):** Die Redaktionsleitung von NDR Info. Unter:

[http://www.ndr.de/info/wir\\_ueber\\_uns/leitungsteam/index.html](http://www.ndr.de/info/wir_ueber_uns/leitungsteam/index.html), zuletzt be-

sucht: 23.08.2011.

**NDR-INFO (2011 C):** Programmschema. Unter:

<http://www.ndr.de/info/programm/programmschema/index.html>, zuletzt be-

sucht: 25.08.2011.

**MDR (2012):** Unternehmen. Organigramm. Unter:

<http://www.mdr.de/unternehmen/organisation/struktur/organigramm100.html#hoerfunk>, zuletzt besucht: 02.01.2012.

**MDR INFO (2012):** Wir stellen uns vor. Unter: <http://www.mdr.de/mdr-info/mitarbeiter/index.html>, zuletzt besucht: 02.01.2012.

**RBB (2011):** Organisationsplan. Unter: [http://www.rbb-on-](http://www.rbb-online.de/unternehmen/organisation/struktur/organigramm_des_rbb.file.pdf)

[line.de/unternehmen/organisation/struktur/organigramm\\_des\\_rbb.file.pdf](http://www.rbb-online.de/unternehmen/organisation/struktur/organigramm_des_rbb.file.pdf),

zuletzt besucht: 06.10.2011.

**RBB (2011a):** Standorte. Unter: [http://www.rbb-on-](http://www.rbb-online.de/unternehmen/organisation/standorte/regionalstudios_und.html)

[line.de/unternehmen/organisation/standorte/regionalstudios\\_und.html](http://www.rbb-online.de/unternehmen/organisation/standorte/regionalstudios_und.html), zu-

letzt besucht: 13.10.2011.

**RBB INFORADIO (2011):** Stundenschema. Unter:

<http://www.inforadio.de/programm/clock.html>, zuletzt besucht: 25.05.2010.

**RBB INFORADIO (2011a):** Inforadio Newsletter Wochenendprogramm.

Unter: <http://www.inforadio.de/newsletter/index.html>, zuletzt besucht: 13.10.2011.

**REDELFS, M. (2010):** Transparenz nur für Hartnäckige? Unter:

<http://www.netzwerkrecherche.de/Projekte/Infofreiheitsgesetz-IFG/Anwendungserfahrungen-IFG-im-Praxistext/>, zuletzt besucht: 18.03.2010.

**SCHEIBE, B. (2008):** NDR Klassik á la Carte. Die Zukunft des Radios liegt im Journalismus. Unter:

[http://www.ndrkultur.de/programm/sendungen/klassik\\_a\\_la\\_carte/studiogastknuth100.html](http://www.ndrkultur.de/programm/sendungen/klassik_a_la_carte/studiogastknuth100.html), zuletzt besucht: 18.11.2009.

**TILLACK, H. (2007b):** Auf der Spur der Regierungssponsoren, Blog-Beitrag

vom 18.01.2007. Unter: [http://www.stern.de/blog/6\\_hans-matin\\_tillack/archive/841\\_auf\\_der\\_spur\\_der\\_regierungssponsoren.html](http://www.stern.de/blog/6_hans-matin_tillack/archive/841_auf_der_spur_der_regierungssponsoren.html), zuletzt besucht: 18.03.2010.

## **30. Transkripte**

### **30.1. Leitfadeninterviews**

**BORUFKA, H. (2011):** HR Info, Gerichtsreporterin.

**CHRIST, O. (2011):** NDR Info, Redakteur (RVD und Planung).

**FEYDER, F. (2011):** NDR Info, Fester Freier Reporter im Reporterpool.

**GÜNTHER, O. (2011):** HR Info, Reporter.

**HAHN, J. (2011):** MDR Info, Programmchefin von MDR-Info.

**HEINZLE, Ch. (2011):** NDR Info, Reporter im Reporterpool.

**JUNGWIRTH, Th. (2011):** HR Info, Vertreterin der Leitungsebene.

**KANTHAK, B. (2011):** MDR Info, Redakteur (Planung).

**LÖLKE, U. (2011):** MDR Info, Redakteur (CvD).

**LÜBBEN, T. (2011):** HR Info, Redakteur (CvD Aktueller Desk).

**MARQUARDT, J.-P. (2011):** NDR Info, Leiter der Programmgruppe Politik und Aktuelles.

**NATH, D. (2011):** RBB Inforadio, Feste Freie Reporterin.

**NOLTING, A. (2011):** RBB Inforadio, Mitglied der Redaktionsleitung (Planung, Ressorts, Rubriken).

**SCHÖLERMANN, S. (2011):** NDR Info, Redakteur (Planung, Reporter im Reporterpool).

**SCHREY, M. (2011):** RBB Inforadio, Feste Freie Redakteurin (Planung).

**SCHUBERT-ANKENBAUER, J. (2011):** MDR Info, Reporter.

**TIEGS, S. (2011):** RBB Inforadio, Reporterin.

**WILDT, Ch. (2011):** RBB Inforadio, Redakteur (CvD).

### **30.2. Redaktionsbeobachtungen**

**NDR INFO (2010 a):** Pretest (16.11.10).

**NDR INFO (2010 b):** Teilnehmende Beobachtung (22.-26.11.10).

**RBB INFORADIO (2010 a):** Pretest (01.11.2010).

**RBB INFORADIO (2010 b):** Teilnehmende Beobachtung (08.11.-12.11.2010).

## **TEIL VIII: Zusammenfassungen und Anhang**

### **31. Zusammenfassung (deutsch; lang)**

Das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit liegt in der Klärung der Bedingungen der Möglichkeit für journalistische Recherche bei den Inforadios der ARD. Es geht dabei um die Frage, welche Einflussfaktoren in den jeweiligen Redaktionen auf journalistische Recherche einwirken. Die Annahme ist, dass sich aus dem Zusammenspiel der Einflussfaktoren ein für jedes Inforadio individuelles Rechercheklima ergibt, das maßgeblich die tatsächliche Rechercheleistung der einzelnen Reporter beeinflusst. Der Begriff Rechercheklima ist dabei ganz bewusst gewählt, weil er die Freiheit bietet, über eine reine Kommunikatorstudie hinaus, die wesentlichen Faktoren, die journalistische Recherche beeinflussen, in ihrer Wechselwirkung zu beschreiben. Das Rechercheklima ist sozusagen die Matrize, mit deren Hilfe die Recherchefähigkeit einer Redaktion abgebildet werden kann.

Das Ziel dieser Untersuchung sind das detaillierte Erfassen und die Interpretation der wesentlichen Einflussfaktoren von Recherche bei den ARD Inforadios, um dadurch deren spezifische Rechercheklimata beschreiben zu können. Damit soll anknüpfenden Forschungen eine Grundlage geliefert werden, um Mechanismen oder Werkzeuge zu erarbeiten, mit deren Hilfe das Potential von Recherche in deutschen Redaktionen unterstützt und verbessert werden kann.

Die Relevanz dieser Studie ist, einerseits vor dem Hintergrund der aktuellen Mediendebatte über den Wert der Recherche als Überlebensstrategie des Journalismus im Allgemeinen, andererseits vor dem Hintergrund des gesellschaftspolitischen Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und der daraus ableitbaren Forderung, in journalistischer Recherche tatsächlich einen Mehrwert oder besser: einen Wert an sich zu sehen.

Für die Untersuchung wurden die ARD Inforadios von NDR, RBB, HR und MDR als Fallbeispiel gewählt, da ihr Sendeformat eine Vergleichbarkeit erwarten ließ. Mit Hilfe von Redaktionsbeobachtungen und Leitfadeninterviews konnten die Einflussfaktoren von journalistischer Recherche identifiziert werden. Die zwei Redaktionsbeobachtungen (NDR Info, RBB Inforadio) brachten insbe-

sondere Erkenntnisse aus dem Bereich des ‚Informellen‘. Dabei wurden sowohl informelle Hierarchieebenen als auch formelle und informelle Kommunikationsstrukturen sichtbar. Schon an dieser Stelle wurde deutlich, wie wichtig diskursive Koordinierung einerseits und klare Feedback-Strukturen andererseits für das atmosphärische Wirkungsgefüge einer Redaktion sind. Durch die 18 Leitfadeninterviews konnten Erkenntnisse, insbesondere über die ‚Haltung‘ der Journalisten, gewonnen werden. Dabei wurde deutlich, dass sich die Haltung sowohl aus grundlegenden Überzeugungen, als auch aus Meinungen zusammensetzt, die wiederum auf die Redaktion als Ganzes wirken. Darüber hinaus brachten die Antworten Erkenntnisse über die Organisationsstruktur und damit einhergehend über die Ausgestaltung von Recherche in der jeweiligen Redaktion.

Nach Auswertung und Interpretation der Ergebnisse ließen sich die Rechercheklimata der einzelnen ARD-Infosender beschreiben, die – wie sich gezeigt hat – selbst in Redaktionen mit einer vergleichbaren Aufgabe deutlich variieren.

Die Untersuchung zeigte, dass das Phänomen Rechercheklima sowohl die Einflussfaktoren im Einzelnen als auch die sich aus ihren Wechselwirkungen ergebenden atmosphärischen Zustände und Vorgänge in einer Redaktion berücksichtigt. Insgesamt konnte in dieser Studie nachgewiesen werden, dass sich das Rechercheklima einer Redaktion entscheidend – aber nicht ausschließlich – aus der Haltung ergibt, die in den jeweiligen Redaktionen vorherrscht.

Es ließ sich insbesondere bei NDR Info und HR Info zeigen, dass eine Haltung, die in der Kritik- und Kontrollfunktion des Journalismus eine unmittelbar-individuelle Aufgabe der Journalisten sieht, die Voraussetzung schafft, überhaupt wissen zu wollen, was der Fall ist. Recherche wird damit zu einem Wert an sich. Dieser Wert wurde bei den eben genannten Sendern in die strategische Vision der Redaktionsleitungen transferiert. Sie sehen insbesondere in anspruchsvollen bis profunden Recherchen einen gesellschaftspolitischen Mehrwert. Sie betrachten es als ihre Aufgabe, diesen Mehrwert zu leisten, zumal dies ihrer Einschätzung nach die Wahrnehmbarkeit des Senders im Reigen der Medien steigert und so maßgeblich zum Renommee des Sen-

ders beiträgt. Diese strategische Vision bildet den Kern eines Senderselbstverständnisses, das durch entsprechende Sinnvermittlung im kollektiven Bewusstsein der Redaktion verankert werden kann. Hierzu waren verschiedene Wege beobachtbar, einerseits die ‚Sichtbarmachung‘ konkreter Recherchestruckturen und andererseits die formelle und informelle Kommunikation.

Bei NDR Info und in Ansätzen auch bei HR Info funktioniert das ‚Sichtbarmachen‘ über ein Aufbrechen der klassischen Redaktionsstrukturen. Dabei kommt es nicht nur auf die grundsätzliche Institutionalisierung einer Rechercheinheit in einer Redaktion an, sondern vielmehr auf die hierarchische Stellung dieser Rechercheinheit. Insgesamt entsteht diese hierarchische Stellung aus der Entscheidungs-, Kompetenz- und Formathierarchie der dort arbeitenden Reporter.

Um beim Beispiel NDR Info zu bleiben: Hier zeigte sich, dass für eine sichtbare Entscheidungshierarchie der Reporter die Rechercheinheit direkt der Leitungsebene unterstellt sein muss. Die Entscheidungsebene, deren originäre Aufgabe das Füllen von Sendepositionen ist, wird dadurch übergangen. Das ist allerdings nur dann nachhaltig sinnvoll, wenn es mindestens für die Rechercheinheit zu einer Entkoppelung von Recherche und Sendeposition kommt wie zum Beispiel auch bei HR Info. Denn nur das Entkoppeln von Recherche und Sendeposition entbindet Reporter davon, einen definierten Output (an Beiträgen) leisten zu müssen. Ihr entsprechend erweitertes Zeitbudget führt in der Konsequenz zu der Möglichkeit von Selbstqualifizierungsmaßnahmen in einem oder mehreren Themengebieten. Dadurch können sich die Reporter professionalisieren und eine Kompetenzhierarchie herstellen. Eben diese Möglichkeit haben die Reporter von MDR Info und RBB Inforadio in vergleichbarer Art und Weise nicht. Unterstützend wirkt dabei - wie sich insbesondere bei NDR Info feststellen ließ - ein Honorarsystem für die Festen-Freien, das Recherche und nicht einen definierten Output bezahlt. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die Höhe des (Recherche-) Honorars nicht wesentlich von einem üblichen Beitragshonorar abweicht. Dies ist auch idealiter eine notwendige Voraussetzung, da sonst der finanzielle Anreiz für die festen freien Reporter verloren geht beziehungsweise ihre wirtschaftliche Existenz gefährdet sein könnte.

Wird wie beim RBB Inforadio und auch bei NDR Info für die Rechercheinheit noch ein spezielles Sendeformat (z.B. in Form einer Drei- bzw. Sieben-Minuten-Reportage) kreiert, dann lässt sich darüber für die Reporter eine Format-hierarchie herstellen.

Es ließ sich in der Untersuchung aufzeigen, dass für die Sinnvermittlung einer strategischen Vision formelle und informelle Kommunikationsstrukturen von Bedeutung sind. Bei Sendern mit einer formalisierten Feedback-Struktur – wie insbesondere beim RBB Inforadio – lässt sich darüber Lob und Kritik sowie ein Diskurs über das Senderselbstverständnis beziehungsweise die strategische Vision der Redaktionsleitung herstellen.

Darüber hinaus zeigen die Untersuchungsergebnisse, dass für ein Rechercheklima informelle Kommunikation als integraler Bestandteil einer Redaktion von Bedeutung ist. Das setzt allerdings voraus, dass – wie zum Beispiel bei NDR Info – die Leitungsebene einen Vertrauensvorschuss gewähren muss, damit sich das ‚Informelle‘ überhaupt entfalten kann. Wichtig ist informelle Kommunikation im Sinne diskursiver Koordinierung im Bereich der Rechercheinheit. Hier führt diskursive Koordinierung insgesamt zu einem Verantwortungsbewusstsein bei den Reportern, letztlich selbst dafür zu sorgen, dass sie und ihre Themen quantitativ und qualitativ adäquat im Programm vertreten sind. Andernfalls wird ihre hierarchisch herausgehobene Stellung ad absurdum geführt. Auch wird das ‚Informelle‘ im Bereich der Rechercheinheit à la longue dafür sorgen, dass sich die Reporter durch genügend kommunikative Kritik selbst kontrollieren, allein schon, um ihren (herausgehobenen) Stellenwert in der Redaktion immer wieder auszuloten und auch zu rechtfertigen.

Das ‚Informelle‘ spielt tatsächlich auch bei der Professionalisierung von Recherchekompetenzen eine Rolle. Denn wie in der Untersuchung deutlich wurde, werden Recherchekompetenzen nach der Ausbildungszeit zumeist durch ‚Learning by doing‘ erworben beziehungsweise erweitert. Institutionelle Qualifizierungsmaßnahmen sind eher die Ausnahme. Das heißt, eine Professionalisierung von Recherchekompetenzen findet mehrheitlich durch diskursive Koordinierung im Bereich der Reporter statt. Interessanterweise ließ sich dagegen mehrheitlich die grundlegende Überzeugung erkennen, die Recherche als ein erlernbares Handwerk begreift mit der Einschränkung, dass Reporter für



profunde Recherchen so etwas wie eine spezielle charakterliche Triebfeder, den Willen zur Aufklärung oder schlicht: eine Spürnase benötigen.

Insgesamt ergab die Untersuchung am Fallbeispiel der ARD Inforadios, dass die Haltung sozusagen den Kern des Rechercheklimas einer Redaktion bestimmt. Dabei entsteht die in einer Redaktion vorherrschende Haltung aus verschiedenen grundlegenden Überzeugungen mit kollektiver Wirkung sowie der daraus resultierenden strategischen Vision der Redaktionsleitung, die sich über Sinnvermittlung durch Hierarchien und formelle und informelle Kommunikation im kollektiven Bewusstsein einer Redaktion entfaltet.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass sowohl die Verankerung der Recherche als Wert an sich im kollektiven Bewusstsein einer Redaktion als auch die tatsächliche Ausgestaltung von Recherchestruckturen in Redaktionen maßgeblich von der in der Redaktion vorherrschenden Haltung geprägt werden. Daraus ergibt sich ein Verständnis, dass die ‚Haltung‘ gleichzeitig als normativen und variablen Wert begreift. Die Haltung als normativer Wert ergibt sich aus grundlegenden Überzeugungen mit kollektiver Wirkung, wie zum Beispiel durch das Rollenselbstverständnis der einzelnen Journalisten, in diesem Falle noch ergänzt durch ihr Verständnis vom öffentlich-rechtlichen Auftrag. Insbesondere das Verhältnis zur Kritik- und Kontrollfunktion im individuellen Rollenselbstverständnis entfaltet seine Wirkung im kollektiven Bewusstsein der Redaktion und spiegelt sich als normative Größe in der strategischen Vision der Redaktionsleitung. Die Haltung als variabler Wert ergibt sich aus der Sinnvermittlung der strategischen Vision entlang der Hierarchieebenen und entfaltet eine Wechselwirkung durch formelle und informelle Kommunikation, wie etwa formelle Feedback-Struckturen oder diskursive Koordinierung in Teilbereichen der Redaktion. Als Konsequenz dieser kommunikativen Wechselwirkung entsteht ein Senderselbstverständnis respektive ein Redaktionsselbstverständnis.

Daraus lässt sich schlussfolgern, dass die Haltung als Voraussetzung für Rechercheleistungen einer Redaktion eine gesellschaftspolitische Frage ist. Erst eine bestimmte in Redaktionen vorherrschende Haltung schafft die Voraussetzung für ein Rechercheklima, das den Journalisten überhaupt ermöglicht, die Komplexität von Gesellschaft gleichzeitig abzubilden und zu hinterfragen.

Insofern ist die Frage nach der Haltung letztlich eine Frage nach dem Verhältnis von Aufklärung und Öffentlichkeit in einer demokratischen Gesellschaft. Das Rechercheclima gehört damit originär zur Legitimationssphäre des Journalismus, zumal des öffentlich-rechtlichen Journalismus, der per Grundversorgungsauftrag eine Legitimationsbrücke zwischen staatlichen Organen und den zur Öffentlichkeit versammelten Staatsbürgern und Staatsbürgerinnen zu schlagen hat.

Anders formuliert: Ohne ein entsprechendes Rechercheclima in den informierenden Redaktionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verliert dieser seine Daseinsberechtigung. Es lohnt also auch für die Sender, über die in ihren Redaktionen vorherrschenden Haltungen nachzudenken.

### **32. Zusammenfassung (deutsch; kurz)**

Das Erkenntnisinteresse dieser Arbeit liegt in der Klärung der Bedingungen der Möglichkeit für journalistische Recherche bei den Inforadios der ARD. Es geht dabei um die Frage, welche Einflussfaktoren in den jeweiligen Redaktionen auf journalistische Recherche einwirken. Die Annahme ist, dass sich aus dem Zusammenspiel der Einflussfaktoren ein für jedes Inforadio individuelles Rechercheklima ergibt, das maßgeblich die tatsächliche Rechercheleistung der einzelnen Reporter beeinflusst. Der Begriff Rechercheklima ist dabei ganz bewusst gewählt, weil er die Freiheit bietet, über eine reine Kommunikatorstudie hinaus die wesentlichen Faktoren, die journalistische Recherche beeinflussen, in ihrer Wechselwirkung zu beschreiben. Das Rechercheklima ist sozusagen die Matrize, mit deren Hilfe die Recherchefähigkeit einer Redaktion abgebildet werden kann.

Das Ziel dieser Untersuchung sind das detaillierte Erfassen und die Interpretation der wesentlichen Einflussfaktoren von Recherche bei den ARD Inforadios, um dadurch deren spezifische Rechercheklimata beschreiben zu können. Damit soll anknüpfenden Forschungen eine Grundlage geliefert werden, um Mechanismen oder Werkzeuge zu erarbeiten, mit deren Hilfe das Potential von Recherche in deutschen Redaktionen unterstützt und verbessert werden kann.

Die Relevanz dieser Studie ist, einerseits vor dem Hintergrund der aktuellen Mediendebatte über den Wert der Recherche als Überlebensstrategie des Journalismus im Allgemeinen, andererseits vor dem Hintergrund des gesellschaftspolitischen Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und der daraus ableitbaren Forderung, in journalistischer Recherche tatsächlich einen Mehrwert oder besser: einen Wert an sich zu sehen.

Für die Untersuchung wurden die ARD Inforadios von NDR, RBB, HR und MDR als Fallbeispiel gewählt, da ihr Sendeformat eine Vergleichbarkeit erwarten ließ. Mit Hilfe von Redaktionsbeobachtungen und Leitfadeninterviews konnten die Einflussfaktoren von journalistischer Recherche identifiziert werden. Die zwei Redaktionsbeobachtungen (NDR Info, RBB Inforadio) brachten insbesondere Erkenntnisse aus dem Bereich des ‚Informellen‘. Dabei wurden so-

wohl informelle Hierarchieebenen als auch formelle und informelle Kommunikationsstrukturen sichtbar. Schon an dieser Stelle wurde deutlich, wie wichtig diskursive Koordinierung einerseits und klare Feedback-Strukturen andererseits für das atmosphärische Wirkungsgefüge einer Redaktion sind. Durch die 18 Leitfadeninterviews konnten Erkenntnisse, insbesondere über die ‚Haltung‘ der Journalisten, gewonnen werden. Dabei wurde deutlich, dass sich die Haltung sowohl aus grundlegenden Überzeugungen als auch aus Meinungen zusammensetzt, die wiederum auf die Redaktion als Ganzes wirken. Darüber hinaus brachten die Antworten Erkenntnisse über die Organisationsstruktur und damit einhergehend über die Ausgestaltung von Recherche in der jeweiligen Redaktion.

Nach Auswertung und Interpretation der Ergebnisse ließen sich die Rechercheklimata der einzelnen ARD-Infosender beschreiben, die – wie sich gezeigt hat – selbst in Redaktionen mit einer vergleichbaren Aufgabe deutlich variieren.

Die Untersuchung zeigte deutlich, dass das Phänomen Rechercheklima sowohl die Einflussfaktoren im Einzelnen als auch die sich aus ihren Wechselwirkungen ergebenden atmosphärischen Zustände und Vorgänge in einer Redaktion berücksichtigt.

Insgesamt zeigte diese Studie, dass sowohl die Verankerung der Recherche als Wert an sich im kollektiven Bewusstsein einer Redaktion als auch die tatsächliche Ausgestaltung von Recherchestruckturen in Redaktionen maßgeblich von der in der Redaktion vorherrschenden Haltung geprägt werden. Daraus ergibt sich ein Verständnis, das die ‚Haltung‘ gleichzeitig als normativen und variablen Wert begreift. Die Haltung als normativer Wert ergibt sich aus grundlegenden Überzeugungen mit kollektiver Wirkung wie zum Beispiel durch das Rollenselbstverständnis der einzelnen Journalisten, in diesem Falle noch ergänzt durch ihr Verständnis vom öffentlich-rechtlichen Auftrag. Insbesondere das Verhältnis zur Kritik- und Kontrollfunktion im individuellen Rollenselbstverständnis entfaltet seine Wirkung im kollektiven Bewusstsein der Redaktion und spiegelt sich als normative Größe in der strategischen Vision der Redaktionsleitung. Die Haltung als variabler Wert ergibt sich aus der Sinnvermittlung der strategischen Vision entlang der Hierarchieebenen und

entfaltet eine Wechselwirkung durch formelle und informelle Kommunikation wie etwa formelle Feedback-Strukturen oder diskursive Koordinierung in Teilbereichen der Redaktion. Als Konsequenz dieser kommunikativen Wechselwirkung entsteht das Senderselbstverständnis jedes Inforadios.

Daraus lässt sich schlussfolgern, dass die Haltung als Voraussetzung für Rechercheleistungen einer Redaktion eine gesellschaftspolitische Frage ist. Erst eine bestimmte in Redaktionen vorherrschende Haltung schafft die Voraussetzung für ein Rechercheclima, das den Journalisten überhaupt ermöglicht, die Komplexität von Gesellschaft gleichzeitig abzubilden und zu hinterfragen. Insofern ist die Frage nach der Haltung letztlich eine Frage nach dem Verhältnis von Aufklärung und Öffentlichkeit in einer demokratischen Gesellschaft. Das Rechercheclima gehört damit originär zur Legitimationssphäre des Journalismus, zumal des öffentlich-rechtlichen Journalismus, der per Grundversorgungsauftrag eine Legitimationsbrücke zwischen staatlichen Organen und den zur Öffentlichkeit versammelten Staatsbürgern und Staatsbürgerinnen zu schlagen hat.

Anders formuliert: Ohne ein entsprechendes Rechercheclima in den informierenden Redaktionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verliert dieser seine Daseinsberechtigung. Es lohnt also auch für die Sender, über die in ihren Redaktionen vorherrschenden Haltungen nachzudenken.

### **33. Short Summary**

This paper deals with the clarification of the conditions of the possibilities for journalistic research in the information radios of the ARD. The question is which influence factors in the individual editing departments impact journalistic research. It is assumed that the interaction of the influence factors creates an individual research climate for each information radio which decisively impacts the actual research performance of each individual journalist. The term research climate is purposely used because it offers the freedom to describe the important factors that influence the journalistic research in their interaction beyond a pure communicator study. The research climate is really the matrix which portrays the research capability of an editing department.

The goal of this investigation is a detailed capturing and the interpretation of the major influence factors of research at ARD information radios, in order to describe their specific research climates. This is supposed to provide a basis for associated researches to develop mechanisms or tools which better support or improve the potential of research in German editing departments. The relevance of this study is on the one side to see the value of research as a survival strategy of journalism in general within current media debates, and on the other side to see the actual added value or even better, to see the value itself, in journalistic research in the view of the fact as it being the socio-political task of the broadcasting corporations under public law and as the associated requirement.

For the investigation the ARD information radios from NDR (North German Broadcasting), RBB (Broadcasting of Berlin and Brandenburg), HR (Hessian Broadcasting), and MDR (Central German Broadcasting) were chosen as case examples because their broadcasting formats gave reason to expect comparability. With help of observations of the editing departments and guided interviews, the influence factors of journalistic research could be identified.

The two observations of editing departments (NDR Info, RBB Inforadio) gave particular insight into the area of informal information. Thereby informal hierarchy levels as well as formal and informal communication structures became apparent. Already at this point it became noticeable how important it is for the atmospheric effect structure of an editing department to have discour-

sive coordination on the one side, and clear feedback structures on the other side. With the 18 guided interviews particularly the 'attitude' of the journalists was captured. It was detected that the attitude is a combination of fundamental beliefs and opinions which have an impact on the editing department as a whole. Furthermore, the answers provided insight into the organization structure and the associated organization of research of each editing department.

After the evaluation and interpretation of the results, the research climates of the individual ARD information broadcasting corporations could be described which vary substantially, even in editing departments with similar tasks as was discovered. The investigation showed that the phenomena research climate considers individual influence factors as well as the atmospheric conditions and processes which emerge from their interactions. This study shows that the anchorage of research as a value itself in the collective awareness of the editing department and the actual organization of research structures is marked by the prevalent attitude of the editing department.

This creates an understanding which grasps the attitude as a normative and variable value at the same time. The attitude as a normative value emerges from the fundamental belief with collective effect, such as the role implicitness of each individual journalist, in this case complemented by their understanding of the public service mandate. Particularly, the ratio to criticism and control function within individual role implicitness develops its impact in collective awareness of the editing department and mirrors itself as a normative factor in the strategic vision of the editorial management. The attitude as a variable factor emerges from the sense mediation of a strategic vision along the hierarchy levels and develops an interaction by formal and informal communication like e.g. formal feedback structures or discursive coordination in partial areas of the editing department.

As a consequence of this communicative interaction, a broadcasting self-understanding of each information radio is created. It can be concluded that the attitude as a requirement for research work of an editing department is a socio-political question. Only a certain prevalent attitude creates the requirement for a research climate which enables journalists to portray the complexity of society and at the same time question it. Therefore, the ques-

tion about the approach is rather a question of the ratio of enlightenment and publicity in a democratic society. The research climate belongs to the legitimation sphere of journalism from the very beginning, particularly, because journalism under public law has to bridge the gaps between the organs of the state and the assembled civilians as public mandate. In other words: Without a respective research climate in informing editing departments of the broadcasting corporations under public law, they lose their right to exist. It is therefore of importance to the broadcasting corporations to consider their prevalent attitudes in their editing departments.



## **34. Anhang**

### **34.1. NDR Info (o. Datum): Redaktionsorganisation**

(Abschrift aus unveröffentlichtem Papier)

#### **1.1. Planung**

##### **1.1.1. Reportage-Planung** Mo-Fr 09:30 – 18:00 Uhr

Der Reportage-Planer wirft den Blick voraus. Anhand der verschiedenen Terminvorschauen plant er Beiträge und Gespräche für absehbare Ereignisse wie Parteitage, Gipfeltreffen, Kongresse, die Konstituierung eines Parlamentarischen Untersuchungsausschusses, Jahrestage oder regelmäßig wiederkehrende Ereignisse wie die Bekanntgabe der Arbeitslosenzahlen. Der Reportage-Planer hat die kommenden vier Wochen Tage im Blick. Seine Aufgabe ist es, frühzeitig die gewünschten Stücke in Auftrag zu geben, damit die Autoren Zeit für die Recherche haben.

Der Reportage-Planer koordiniert die Beiträge aus dem Reporterpool. Er nimmt Ideen der Reporter auf und gibt seinerseits Anregungen für künftige Reportagen.

Der Dienst des Reportage-Planers umfasst eine Woche. Er nimmt an den täglichen 10-Uhr-Konferenzen und der Wochenkonferenz am Montag um 15:15 Uhr teil. Auf der ersten Wochenkonferenz im Monat stellt er auch die wichtigsten Ereignisse des Monats vor. Die während seines Dienstes eintreffenden Beiträge nimmt er ab und schreibt Moderationsvorschläge.

##### **1.1.2. Aktuell-Planer** Mo-Fr 09:30-17:30 Uhr, So 15:00-23:00 Uhr

Der Aktuell-Planer plant das Programm des nächsten Morgens in Zusammenarbeit mit den zuliefernden Fachredaktionen. Seine vornehmliche Aufgabe ist es, Beiträge und Interviews zu den tagesaktuellen Themen „einzukaufen“. Dabei achtet er auf einen interessanten und attraktiven Themen- und Formenmix.

Der Dienst des Aktuell-Planers erstreckt sich über eine Woche (Mittwoch bis Dienstag) mit dem Ziel, aktuelle politische und gesellschaftliche Diskussionen aufzugreifen und fortzuschreiben und bei sogenannten „Dauerbrennern“ (z.B. Streikwoche) auf möglichst viele unterschiedliche Zugänge zu achten, um ein facettenreiches Programm vorzubereiten.

Der Aktuell-Planer erstellt die vorläufigen Sendepläne für den nächsten Morgen und stellt diese in der 14:45 Uhr-Konferenz vor.

Die Planer nehmen die Beiträge mit großer Sorgfalt so früh wie möglich ab, damit die Autoren ggfs. noch Korrekturen vornehmen können.

#### **1.2. Redakteur vom Dienst**

Der Redakteur vom Dienst (RvD) ist im Rahmen der Vorgaben der Wellenleitung sowie der Beschlüsse der Redaktionskonferenzen für die Erstellung des Programms und das Controlling verantwortlich. Er plant die einzelnen Sendestunden, aktualisiert und ergänzt das vorbereitete Programm, erteilt (Recherche-) Aufträge, spricht die Themen und Darstellungsformen mit der Redaktion ab, stellt in regelmäßigen Absprachen mit dem Nachrichtenredakteur sicher, dass Doubletten vermieden werden und sich Berichte in den O-Ton-Nachrichten inhaltlich und / oder formal von dem Stück auf dem Aktuell I- bzw. II-Platz unterscheiden. Der RvD stellt den stündlichen Sendeplan auf, bestimmt die journalistische Gewichtung und Platzierung sowie mögliche Ersatzthemen bei Havarien (Leitung bricht zusammen). Über „breaking news“ und das Aufbrechen des Formates entscheidet die Wellenleitung.

Der RvD informiert die Moderatoren so früh wie möglich über geplante Themen, damit diese sich vorbereiten können. Er ist dafür verantwortlich, dass Moderator, Nachrichtenredakteur und Programmassistenten mit ausreichendem Vorlauf den Sendeplan der nächsten Stunde einsehen können.

Er entscheidet, welche Interviews abgeschrieben werden und gibt sie auch frei. Die RvD arbeiten in drei Schichten.

Die RvD stellen die wichtigsten Beiträge in die Mediathek ein.

(...)

### **1.12. Reporterpool**

Der Pool schärft mit eigenrecherchierten Reportagen und Geschichten aus Norddeutschland das journalistische Profil des gesamten NDR-Hörfunks. Er soll zum einen Exklusiv-Stories hervorbringen und gleichzeitig mit gut erzählten Reportagen besonderer journalistischer Qualität das Renommee der NDR-Programme steigern.

Der Reporterpool ist eng vernetzt mit den Reporterkapazitäten in den Landesfunkhäusern und den Zentralprogrammen sowie dem NDR-Fernsehen (z.B. Panorama). Die Stücke des Reporterpools stehen allen Programmen zur Verfügung und werden deshalb in verschiedenen Formaten angeboten. Beabsichtigt ist, dass Reporter aus den verschiedenen Redaktionen mit dem Pool zusammenarbeiten, ganze Stücke oder Teile liefern. Gemeinsam recherchierte Reportagen sind ausdrücklich gewünscht.

#### **1.12.1. Organisation des Reporter-Pools**

Jeweils ein festangestellter Reporter ist im wöchentlichen Wechsel Reportage-Planer. Der Planer informiert die Aktuellchefs der einzelnen Programme über geplante Reportagen mittels HF-Planung in der Lotus-Datenbank. Umgekehrt informieren die Aktuellchefs der einzelnen Programme über eigene Reportagen, die über den Pool an die

anderen Programme verteilt werden können. Auch Reporter in anderen Redaktionen und Regionalstudios können für den Reporterpool tätig werden.

### **1.12.2. Umgang mit Exklusiv-Stories**

Meldungen zu Exklusiv-Geschichten müssen vom Leiter der Programmgruppe Politik/Aktuelles abgenommen werden. Sie werden anschließend über die NDR-Pressestelle an die Agenturen, das Fernsehen und ggf. auch an ausgewählte Zeitungsredaktionen übermittelt. Als Quelle wird die Welle angegeben, in der die Exklusiv-Story entstanden ist. Als Kontaktadresse wird der Autor oder der zuständige Redakteur des Beitrages angegeben. Ist die Pressestelle nicht erreichbar, gibt die Nachrichtenredaktion die Pressemitteilung heraus. Meldungen zu Exklusiv-Geschichten werden über Open-Media (wie OTS-Meldungen) allen Programmen und dem Fernsehen übermittelt und im Nachrichtenfluss (z.B. farblich) hervorgehoben. Diese eigenrecherchierten Geschichten mit besonderem Nachrichtenwert sollen in den Informations- und Nachrichtensendungen Vorrang haben, um so das journalistische Eigengewicht des NDR herauszustellen.

## 34.2. RBB Inforadio (o. Datum): Redaktionsorganisation

(Abschrift aus unveröffentlichtem Papier)

### Aufgaben allgemein

Der Tagesablauf ist aufgeteilt in Sendestrecken, die von Teams gemeinsam gestaltet werden. In enger Zusammenarbeit mit Nachrichten und Ressorts bilden sie alle wichtigen Themen in Schleifen bis zu 15 Minuten ab und erarbeiten den nötigen Hintergrund dazu. Den Gesamtbetrieb koordiniert und leitet von Montag bis Freitag der

### Aktuelle Chef vom Dienst.

Tagsüber sind die **RvD** und abends und am Wochenende die **NaVR** verantwortlich für die Vorbereitung, Layout und Format- und Qualitätskontrolle einer Sendestrecke bzw. der „Themen heute/jetzt“.

Die **RvD** entscheiden alle aktuellen Fragen ihrer Sendestrecke (Kürzungen/ Ersatzthemen). Sie leiten das Sendeteam, zu dem Moderator, NaRed, Libero und Layouter gehören, vom Kickoff bis zur Feedback-Runde. Zusätzlich geben die RvD Impulse für das Programm außerhalb ihrer Sendestrecke (Recherche, BmE, Vorsetzer, Zwischenruf u.ä.) bzw. archivieren das Info-Material. Außerdem vertritt der RvD der kommenden Sendestrecke bei Abwesenheit den ACvD.

Die **Moderatoren** beginnen gut vorbereitet und entsprechend der geplanten Voraufzeichnungen ihren Dienst, spätestens jedoch mit der Kickoff-Runde für ihre Sendestrecke. Sie arbeiten vorbereitend ihrer Sendestrecke zu, bereiten entsprechend der Planung die Interviews vor, schneiden möglichst selbst die Voraufzeichnungen, arbeiten eng im entsprechenden Team an einer formatgerechten und hörenswerten Sendestrecke.

Die **Liberos** übernehmen verschiedene Aufträge im Pavillion. Nach Absprache mit dem RvD/ACvD bearbeiten und betexten sie das Audiomaterial; sie sorgen für Variantenvielfalt, sind für Aktualität wie Qualität der Audios verantwortlich und betreuen das regionale Audiomaterial. Je nach Möglichkeit und Bedarf recherchieren und produzieren sie darüber hinaus eigene Beiträge bzw. Begleiten aktuelle Ereignisse mit Studioauftritten. Sie arbeiten assoziiert in den Teams der Sendestrecken mit.

Der **Sendungsredakteur Nachrichten (NaRed)** bringt in alle Sendeteams die Kompetenz der Nachrichten ein.

### Feedback-Runden

Alle Teams treffen sich (RvD, Moderator, Libero, NaVR, bzw. Sendungsredakteur Nachrichten NaRed) eine halbe Stunde vor der Sendung beim RvD und spätestens eine Viertel Stunde danach im Besprechungsraum. Diese abschließenden Feedback-Runden haben zum Ziel, die Qualität der Sendung und die Zusammenarbeit im Team zu prüfen. CvD nehmen regelmäßig daran teil. Die Aufnahmeleiter und Assistenten

erhalten unmittelbar zum Ende der Sendestrecke ein kurzes Feedback vom RvD.

Mögliche Stichworte:

Topthemen präsent?

Nachrichtenthemen passen zum Hintergrund?

Teasing-Töne?

Regionales berücksichtigt?

Zusammenarbeit mit Ressorts?

Themenmischung/weiche Themen?

Arbeit fair verteilt?

Ärger angesprochen?

Highlights?

Anregungen für das weitere Programm?

(...)

### **CvD-Team**

#### **ACvD (08.00-16.15)**

Der Aktuelle Chef vom Dienst ist werktags verantwortlich für das gesamte Wochenprogramm von Inforadio. Er ist der fachlich Vorgesetzte im Newsroom und koordiniert die verschiedenen Gruppen. Er setzt und gewichtet Themen.

07.30 - arbeitet sich in Aktualität ein,

- klärt Tagesplanung mit Assistent und Teams,

08.30 - leitet Stehrunde mit teams und Ressorts,

- schreibt Topthemen und ihre Umsetzung in der Agenda fest,

09.30 - spricht Themen in der HSB-Schalte ab,

09.35 - nimmt an Stehrunde teil,

10.00 - präsentiert Programm und Themenschwerpunkte bei der Redaktionskonferenz,

- bespricht den Nachmittag mit RvD4 und Pla3,

- koordiniert die Zusammenarbeit im Newsroom,

- kontrolliert die formatgerechte Umsetzung von Themen,

- nimmt an Feedback-Runden teil,

- behält die Aktualität im Blick,

- wertet Medien aus und regt Themen und Gesprächspartner an,

- hält Kontakt zur Planung, Ressorts, Chefredaktion, HSB, Korris, Reportern,

- begleitet Dossier,

- organisiert bei besonderen Lagen Programmänderungen

- ist aktueller Ansprechpartner für ARD- und Außenkontakte,

12.00 - leitet Stehrunde

- Pause -

15.00 - spricht sich mit Planung/Chefredaktion/Region ab

16.00 - leitet Stehrunde mit Teams und Ressorts

- übergibt an PCvD/VR

(...)

**Infofibel:**

Inforadio versteht sich in der Region Berlin-Brandenburg als Synonym für öffentlich-rechtlichen Rundfunk, für aktuelle und zuverlässige Nachrichtengebung und Hintergrundberichterstattung. Als reines Wortprogramm bedient Inforadio eine informativ-orientierte Klientel komplementär zu anderen Hörfunkangeboten. Programmauftrag ist, für eine möglichst breite Hörerschaft in Berlin und Brandenburg Informationen über aktuelle und relevante Ereignisse und Schverhalte schnell und zuverlässig auszuwählen, darzustellen, einzuordnen und zu deuten.

Getreu seinem Slogan „Nachrichten mit Hintergrund“ bietet Inforadio alle 20 Minuten nachrichtliche Übersichten und anschließend die Vertiefung einzelner wichtiger Themen. Dazu gehören regelmäßig Interviews mit den Meinungs- und Entscheidungsträgern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

Feste stündliche Rubriken für Wirtschaft/Börse, Sport und Kultur ergänzen den Hintergrundteil des Programms jeweils vor den festen Nachrichtenzeiten. Sie prägen neben Wetterbericht und Verkehrsdienst den Service-Charakter von Inforadio.

Inforadio versteht sich auch als Regionalprogramm aus der Hauptstadt für Berlin und Brandenburg. Mit dem Anspruch, regionale Themen für die Hörer im gesamten Sendegebiet interessant aufzubereiten. Der Anteil regionaler Informationen liegt bei etwa einem Viertel.

(...)

## 35. Leitfäden der Interviews

### 35.1. Leitungsebene

„Interview mit ... (Name), ..... (Funktion) am ..... (Datum)“

Können Sie mir kurz schildern, wie Sie zum Journalismus gekommen sind?

	<b>Sachliches Wissen:</b>
AB 02	Welche Aufgabe bzw. Rolle hat dieses Inforadio innerhalb des Senders?
B 02	Als was soll es denn gesehen werden? Als Nachrichtensender oder als gesellschaftspolitisch aufklärender Informationssender?
A 02	Wie ist diese Redaktion strukturell organisiert?
A 02	Wie autonom ist diese Redaktion in Bezug auf die Sendeanstalt insgesamt?
A 02	Wie viele Journalisten arbeiten hier insgesamt?
A 01	Kommt es bei der Besetzung der einzelnen Funktionen oft zu Engpässen?
A 02	Wie viele Frauen arbeiten hier, prozentual?
A 01	In vielen deutschen Redaktionen wird über einen Mangel an Zeit und Geld für fundierte Recherche gesprochen. Wie ist die Situation hier?
A 02	Gibt es eine spezielle Rechercheinheit? (Reporterpool) -> Wenn ja, wie arbeitet der? Hat sich diese Investition gelohnt? -> Wenn nein, warum nicht? Wer hat Zeit für profunde Rechercharbeit?
ABC 01	Wie wichtig ist Recherche hier in der Redaktion?
A 02	Welcher Output wird erwartet z.B. von Reportern?
AC 02	Wird Recherche-Kompetenz gefördert und wenn ja, wie?
AC 02	Ist die Teilnahme an Recherche-Schulung freiwillig oder verbindlich?
AC 02	Wird ‚Recherche-Kompetenz‘ bei Einstellung von Redakteuren abgefragt?
C 02	Ist die Kompetenz zur investigativen Recherche in dieser Redaktion vorhanden oder sogar besonders ausgeprägt?
A 02	Haben die Ressorts und die Planung ein Budget für Beiträge?
A 02	Gibt es ein Extra-Budget für Recherche z.B. Recherchetage?
A 02	Nach der derzeitigen Gebührenstruktur, stehen Etatkürzungen an? -> Wenn ja, in welchen Bereichen sollen sie umgesetzt werden?
A 02	Was bedeutet die mögliche neue Gebührenstruktur für das Inforadio?
	<b>Soziales Handeln:</b>
ABC 02	Inwieweit nimmt der Chefredakteur/in Einfluss auf Recherche?
A 02	Was planen Sie in Punkto Recherche für die Zukunft?
	<b>Grundlegende Überzeugungen:</b>
B 01	Welchen Wert hat der Journalismus für unsere demokratische Gesellschaft?

B 01	Welches Selbstverständnis haben Sie von Ihrem Beruf als Journalist/in?
B 01	Inwieweit ist denn der öffentlich-rechtliche Auftrag für Sie von Belang?
	<b>Subjektive Bewertungen:</b>
ABC 01	Was zeichnet Ihrer Meinung nach gute Recherche aus?
C 01	Ist Recherche ihrer Meinung nach ein Handwerk, dass jeder lernen kann, oder braucht man dafür mehr, etwa eine ‚Spürnase‘?
ABC 01	Wie beurteilen Sie die Rechercheleistung Ihrer Redaktion insgesamt? -> Wenn negativ, woran liegt es?
B 01	Auf Mediensymposien wird gern eine Renaissance des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gefordert im Sinne eines freieren, zornigeren, couragierteren journalistischen Selbstverständnisses. Wie sehen Sie das?



### 35.2. Entscheidungsebene

„Interview mit ... (Name), ..... (Funktion) am ..... (Datum).“

Können Sie mir kurz schildern, wie Sie zum Journalismus gekommen sind?

	<b>Sachliches Wissen:</b>
A 02	Welche Aufgaben und Kompetenzen hat der CvD/RvD/Planer in der Redaktion?
A 01	Kommt es bei der Besetzung Ihrer Funktion oft zu Engpässen?
A 01	In vielen deutschen Redaktionen wird über einen Mangel an Zeit und Geld für fundierte Recherche gesprochen. Wie ist die Situation hier?
ABC 02	Wie wichtig ist Recherche hier in der Redaktion?
A 02	Verfügen Sie/Ihre Funktion über ein Budget für Recherche?
C 02	Haben Sie Recherchieren gelernt?
	<b>Soziales Handeln:</b>
ABC 02	<u>Narrativer Block</u> Bitte erzählen Sie mir von einer gelungenen Recherchearbeit, einem sogenannten Best-Practice-Beispiel und bewerten sie das. Also, wie ist die Recherche abgelaufen, was wirkte dabei unterstützend, welche Strukturen waren eher hinderlich, was konnte daraus sozusagen für weitere Recherche gelernt werden?
AC 02	Überprüfen Sie die Rechercheergebnisse der Reporter?
AC 02	Gibt es ein Mindestmaß an Recherche?
A 02	Wenn Sie in Ihrer Funktion als CvD/RvD/Planer über Recherche sprechen, geschieht das mehr auf formeller oder informeller Ebene?
C 02	Inwieweit spielen spezielle Recherche-Kompetenzen von Kollegen bei der Themenvergabe eine Rolle?
A 02	Ist der Rechercheaufwand relevant für Themenentscheidung?
A 02	Wird bei aufwendigeren Recherchen in Teams gearbeitet? -> Wer entscheidet das?
A 01	Wann greifen Sie in die Recherchen der Reporter ein?
	<b>Grundlegende Überzeugungen:</b>
B 01	Welchen Wert hat der Journalismus für unsere demokratische Gesellschaft?
B 01	Welches Selbstverständnis haben Sie von Ihrem Beruf als Journalist/in?
B 01	Inwieweit ist denn der öffentlich-rechtliche Auftrag für Sie von Belang?
	<b>Subjektive Bewertungen:</b>
ABC 01	Was zeichnet Ihrer Meinung nach gute Recherche aus?

C 01	Ist Recherche ihrer Meinung nach ein Handwerk, dass jeder lernen kann, oder braucht man dafür mehr, etwa eine ‚Spürnase‘?
ABC 01	Wie beurteilen Sie die Rechercheleistung Ihrer Redaktion insgesamt? -> Wenn negativ, woran liegt es?
B 01	Auf Mediensymposien wird gern eine Renaissance des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gefordert im Sinne eines freieren, zornigeren, couragierteren journalistischen Selbstverständnisses. Wie sehen Sie das?

### 35.3. Operationsebene

„Interview mit ... (Name), .... (Funktion) am ..... (Datum).“

Können Sie mir kurz schildern, wie Sie zum Journalismus gekommen sind?

<b>Sachliches Wissen:</b>	
A 02	Welche Aufgaben und Kompetenzen haben Sie als Reporter/in in der Redaktion? -> Welcher Output wird hier von Reportern erwartet?
A 01	Kommt es bei der Besetzung Ihrer Funktion oft zu Engpässen?
A 01	In vielen deutschen Redaktionen wird über einen Mangel an Zeit und Geld für fundierte Recherche gesprochen. Wie ist die Situation hier?
ABC 01	Wie wichtig ist Recherche hier in der Redaktion?
C 02	Haben sie Recherchieren gelernt?
AC 02	Wird Recherche-Kompetenz gefördert und wenn ja, wie?
C 02	Wann haben Sie zuletzt an einer Recherche-Schulung teilgenommen?
<b>Soziales Handeln:</b>	
ABC 02	<u>Narrativer Block</u> Bitte erzählen Sie mir von einer gelungenen Recherchearbeit, einem sogenannten Best-Practice-Beispiel und bewerten sie das. Also, wie ist die Recherche abgelaufen, was wirkte dabei unterstützend, welche Strukturen waren eher hinderlich, was konnte daraus sozusagen für weitere Recherche gelernt werden?
A 02	Mit wem sprechen Sie über Ihre Rechercheergebnisse?
A 01	Werden Ihre Rechercheergebnisse respektiert? -> Sind Sie autonom in ihren Recherche-Entscheidungen?
A 02	Wie groß darf der Rechercheaufwand werden?
A 02	Welche Unterstützung gibt es hier für Recherchen?
C 02	Recherchieren Sie nach einem speziellen Plan und/ oder Methode?
A 02	Arbeiten Sie eher im Team oder allein, und wer entscheidet das?
C 02	Wie ist hier üblicherweise der Umgang mit Quellen organisiert?
<b>Grundlegende Überzeugungen:</b>	
B 01	Welchen Wert hat der Journalismus für unsere demokratische Gesellschaft?
B 01	Welches Selbstverständnis haben Sie von Ihrem Beruf als Journalist/in?
B 01	Inwieweit ist denn der öffentlich-rechtliche Auftrag für Sie von Belang?
<b>Subjektive Bewertungen:</b>	
ABC 01	Was zeichnet Ihrer Meinung nach gute Recherche aus?

C 01	Ist Recherche ihrer Meinung nach ein Handwerk, dass jeder lernen kann, oder braucht man dafür mehr, etwa eine ‚Spürnase‘?
ABC 01	Wie beurteilen Sie die Rechercheleistung Ihrer Redaktion insgesamt? -> Wenn negativ, woran liegt es?
B 01	Auf Mediensymposien wird gern eine Renaissance des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gefordert im Sinne eines freieren, zornigeren, couragierteren journalistischen Selbstverständnisses. Wie sehen Sie das?

### **Curriculum Vitae: Gunnar Tödt**

Der Lebenslauf ist in der Online-Version aus Gründen des Datenschutzes nicht enthalten.

### **Selbstständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, Gunnar Tödt, geb. am 06.02.1969 in 25899 Niebüll, dass ich die vorliegende Dissertation selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Quellen angefertigt habe.

Berlin, 2013

Gunnar Tödt

### **Danksagung**

Bei dieser Forschungsarbeit wurde ich von vielen Menschen unterstützt. Dafür möchte ich mich an dieser Stelle sehr herzlich bedanken.

Bei:

Meiner Familie,

Peter Grottian, Margreth Lünenborg,

Andreas Wertz, Annette Nolting, Christian Wildt, Martina Schrey, Sylvia Tiegs, Dörthe Nath,

Jens-Peter Marquardt, Oliver Christ, Stefan Schölermann, Christoph Heinzle, Franz Feyder,

Jana Hahn, Bernd Kanthak, Joachim Schubert-Ankenbauer, Uwe Lölke,

Theresa Jungwirth, Tobias Lübben, Oliver Günther, Heike Borufka,

