

Zukunftsdialog Podcast Folge 2 – Transkript

Svenja Kellershohn:

Hallo an Alle und Willkommen zur zweiten Folge unseres ARD-Unternehmens-Podcast zum Zukunftsdialog. Ich bin Svenja Kellershohn und arbeite als Reporterin und Moderatorin für die ARD und das funk-Format Reporter. Und jetzt moderiere ich auch diesen Podcast.

Birand Bingül:

Ich bin Birand Bingül von der ARD Kommunikation. Ich arbeite eng mit dem ARD-Vorsitzenden Tom Buhrow zusammen. Und in diesem Podcast kriege ich deshalb von Svenja auch die Fragen zum großen Ganzen der ARD gestellt.

Svenja Kellershohn:

Der Zukunftsdialog ist aktuell im vollen Gange. Jeder kann sich mit einbringen und über die Zukunft der ARD mitdiskutieren.

Birand Bingül:

Seit einigen Tagen ist die Seite www.ard-zukunftsdialog.de für alle Menschen freigeschaltet. Wir haben aktuell so an die 4000 registrierte Nutzerinnen und Nutzer. Es gibt eine Reihe von – das haben wir Themenräume genannt- sprich Themen zu denen man sich dann gezielt äußern kann. Dazu gehört die Region und das Lebensgefühl, Menschen und Meinungen und auch zur Mediathek kann man sich dort äußern und auch – und das ist im Moment das stärkste Feld – zu Programmideen. Also was könnte die ARD künftig im Programm anders oder besser machen. Alle sind herzlich eingeladen, sich einzubringen, mitzumachen an der Stelle, mit Kommentaren oder eigenen Ideen für die Zukunft der ARD. Ich würde mich persönlich sehr freuen, wenn Sie dabei wären und auf www.ard-zukunftsdialog.de sich einbringen. Das ist bis zum 27. Juno noch möglich und für uns ein wichtiger und wertvoller Input.

Svenja Kellershohn:

Auch ein großes Thema in dem Dialog sind die Nachrichten. Viele Menschen haben sich beschwert, dass ein Thema über Wochen lang die News dominiert. Andere haben zum Beispiel erzählt, dass sie den Eindruck haben, dass die ARD beim Thema Breaking News im Vergleich

zu anderen häufig ziemlich langsam ist, obwohl sie ja über eines der größten Korrespondentennetze der Welt verfügt. Und wieder andere haben das hier gesagt:

Bürger:in:

Also ich gucke abends die Tagesschau, weil ich da halt eine Zusammenfassung kriege von allem, was so den Tag über passiert ist und mir die Sachen nicht einzeln an verschiedenen Stellen im Internet zum Beispiel zusammensuchen muss.

Bürger:in

Also ich habe schon das Gefühl, dass die Informationen aktuell sind, auf dem neuesten Stand.

Bürger:in:

Der Korrespondent – Namen weiß ich jetzt nicht – war sehr persönlich betroffen, sehr angefasst, finde ich sehr gut. Er hat quasi aus dem Mittelpunkt der Konflikte der Unruhen berichtet.

Bürger:in:

Macht das Ganze authentischer.

Bürger:in:

Man bleibt nicht immer nur in Deutschland, sondern man hat auch dieses Gefühl, ok, der Nachrichtensender setzt sich dafür ein, halt auch von der ganzen Welt zu berichten, wie es da läuft und was da so alles abgeht.

Bürger:in:

Ich war erst ein bisschen erstaunt, als es irgendwie so die Tagesschau auf TikTok gab und dachte irgendwie so, ok kann man das jetzt wirklich ernst nehmen oder nicht. Weil das dann ja irgendwie auch so ältere Menschen sind, die das machen.

Bürger:in:

Ich erwarte davon – von Tagesthemen – nicht mehr Unterhaltung. Also nicht Richtung Infotainment oder sowas.

Svenja Kellershohn:

In dieser Folge sprechen wir später mit Ingo Zamperoni. Er war mehrere Jahre als Korrespondent im ARD-Studio Washington und seit 2016 präsentiert er als Moderator das ARD-Nachrichtenmagazin „Die Tagesthemen“. Und das sind für Ingo Zamperoni die Herausforderungen des Nachrichtengeschäfts in der Zukunft:

Ingo Zamperoni:

Seinen journalistischen Prinzipien und dem Kompass treu zu bleiben, mit dem man Nachrichten bewertet und analysiert und auswertet. Und gleichzeitig aber flexibel genug zu bleiben, eben die verschiedenen Ausspielwege, die vielleicht auch in Zukunft auch auf uns zukommen werden, zu erreichen und zu bedienen, um möglichst viele Menschen in diesem Land zu erreichen.

Svenja Kellershohn:

Ein wichtiger Bestandteil der Nachrichten sind die Korrespondentinnen und Korrespondenten. Sie sind wichtige Quellen für Informationen aus dem Ausland, und eine von ihnen ist Natalie Amiri. Sie war von 2015 bis 2020 Leiterin des ARD-Studios Teheran im Iran. Und sie musste dann das Land verlassen, weil es für sie als Reporterin vor Ort zu gefährlich wurde. Aktuell moderiert sie den Weltspiegel aus München. Hallo Frau Amiri!

Natalie Amiri:

Hallo.

Svenja Kellershohn:

Frau Amiri, Sie waren ja selbst beim Auftakt des Zukunftsdialogs dabei. Was war denn Ihr Eindruck? Was beschäftigt die Leute insbesondere beim Thema Nachrichten?

Natalie Amiri:

Also das erstaunlichste oder für mich auch schönste Erlebnis war, dass im Grunde genommen die Menschen, die mit uns sprachen, genau dasselbe auch so im Visier haben und möchten, wie wir Macher selbst in der ARD. Und das ist schon auch mehr Ausland, nicht nur regional. Sehr viele haben aber auch gesagt regionale Nachrichten in Dritten sind sehr

wichtig für sie. Das soll auch so bleiben. Und nach wie vor ist die Tagesschau und die Tagesthemen die wichtigste Nachrichtensendung für sie. Und sie sehen da aber auch – da kam wenig Kritik – sie sehen da wirklich auch einen Qualitätsjournalismus, den sie von uns erwarten und auch woanders nicht erhalten.

Svenja Kellershohn:

Ja, das war auch tatsächlich meine Wahrnehmung. Ich war ja auch dabei, Birand auch und es wurde ja auch von vielen betont, wie toll es ist, dass die ARD dieses Auslandskorrespondenten-Netzwerk hat und dass man das ja auch noch mehr in den Vordergrund rücken sollte. Jetzt waren sie selber als Korrespondentin lange Zeit im Ausland. Und es gibt aber eben auch andere Medienhäuser, die gerade immer mehr Korrespondenten aus dem Ausland abziehen und da vielleicht nicht mehr so die Stärke sehen oder einfach auch nicht mehr so viel Geld rein investieren wollen. Wie sehen Sie das? Können Sie das nachvollziehen, dass das gerade passiert, dass an Korrespondenten vor Ort gespart wird?

Natalie Amiri:

Überhaupt nicht – gerade jetzt, dass die Welt immer komplexer, komplizierter wird, dass immer mehr Fake-News kursieren, dass auch repressive Staaten im Grunde genommen keine objektiven Nachrichten rausgeben. Es ist ja mehr denn je wichtig, dass wir vor Ort sind und versuchen, ein realistisches Bild abzubilden und vor allen Dingen gerade in Staaten – ich meine jetzt habe ich sehr lange in der Islamischen Republik Iran berichtet, für die ARD – und ich weiß, wie dort umgegangen wird mit Nachrichten. Da möchte man seine eigene Propaganda gerne an Korrespondenten weitergeben. Und das geht natürlich einfacher, wenn es dann über Nachrichtenagenturen rausgeschickt wird. Wenn ich aber vor Ort dort bin und mit der Bevölkerung spreche, transportieren kann, was sie bewegt, wie sie auch unter dem Regime leiden, dann haben wir natürlich hier in Deutschland auch ein sehr viel realistischeres Bild. Und ich bin eine derjenigen, mit natürlich auch meinen Weltspiegel-Kollegen, die die Fahnen hochhalten für „Ausland! Ausland! Ausland!“. Denn unser Blick nach außen ist unglaublich wichtig, um die Welt zu verstehen. Und ich meine, wir haben gesehen, was zum Beispiel in Amerika passiert ist. Also diese dieser Blick über den Tellerrand hinweg, fand ja immer weniger statt. Und dadurch ist natürlich auch die Saat gesät für Populismus und eine sehr einseitige Sicht auf die Welt und eine sehr naiv Sicht auch.

Svenja Kellershohn:

Ich schaue jetzt hier gerade zu Birand rüber. Hält die ARD auch die Farben nach oben für das Auslandskorrespondenten-Netz? Oder soll da künftig gespart werden? Was ist da der Plan?

Birand Bingül:

Die Auslandsberichterstattung ist der ARD natürlich sehr wichtig. Natalie Amiri hat da viele gute Gründe für genannt, auch übergeordnete, gesellschaftspolitische Gründe genannt. Auch Europa würde ich gerne erwähnen, dass uns das sehr wichtig ist. Wir haben hundert Korrespondenten und Korrespondentinnen und das ist das größte Netz, das wollen wir beibehalten. Als ARD ist es auch bei den ..

Natalie Amiri:

Und zwar weltweit.

Birand Bingül:

.. weltweit ist es auch bei den Intendantinnen und Intendanten regelmäßig Thema. Da sind ja auch zwei Intendanten dabei – Tom Buhrow, Patricia Schlesinger – die selber mal Auslandskorrespondenten waren und das sehr gut kennen. Alle Sender, allen Sendern ist es wichtig, werden nach wie vor die handverlesenen Reporter ins Ausland geschickt. Und man kann die Heimat auch nicht verstehen, ohne eine Peilung in der Welt zu haben. Und das ist wirklich das, was uns da antreibt. Und da kommt dann dieses Selbstverständnis einfach zum Tragen, regional verwurzelt auf der einen Seite, aber auch diese Weltoffenheit da reinzubringen. In den Auslandsstudios selbst geht es jetzt grad weniger drum, Korrespondentenzahlen zu bewegen. Großes Thema ist: wie kriegen wir das crossmedial hin? Es war lange, lange so, dass Radio Radio gemacht hat und Fernsehen Fernsehen gemacht hat. Und die Zeiten haben sich geändert. Und da wird jetzt in unterschiedlichen Graden einfach umgebaut und vernetzt und verdrahtet.

Natalie Amiri:

Da kann ich von der Basis auch berichten, dass es unglaublich Spaß macht. Und es ist einfach Zeit, dass wir crossmedial arbeiten. Es ist jetzt so, wenn ich von so einem Arbeitstag berichte, wenn wir zum Beispiel in der Türkei sind, dann sind die Hörfunkkorrespondenten zum Beispiel auf einer Pressekonferenz und nehmen uns dann auch schon das Material mit. Wir machen inzwischen was anderes dann in dieser Zeit, und so können wir natürlich viel produktiver sein. Und diese, diese strikte Trennung „nein, wir sind Radio und ihr seid Fernsehen und wir machen

Internet“, das gibt es einfach nicht mehr. Also im Grunde genommen kann der Korrespondent inzwischen alles, und dadurch, dass ich in Teheran diese ganze Bandbreite an Menschen gar nicht hatte, sondern im Grunde genommen immer alleine war, habe ich das auch schon sehr früh erfahren, dass es auch durchaus möglich ist. Und es macht unglaublich Spaß, wenn man dann in so vielen Bereichen Input zuliefern kann und dann wirklich man sieht „ah ja, Radio hat das jetzt berichtet, was dann auf Instagram läuft“. Und wir weisen über YouTube dann oder wir weisen dann über Twitter auf YouTube hin und das macht unglaublich Spaß. Und dadurch sehen wir auch. Wo die ARD überall auch dann auftaucht.

Svenja Kellershohn:

Finden Sie denn, dass der zukünftige Korrespondent oder die Korrespondentin das auch können muss, also alle drei Medien zu bedienen?

Natalie Amiri:

Ja, man kommt ans Limit, wenn man natürlich-, allein, wenn wir uns die Tagesschauen anschauen – und dann haben wir auch noch Morgenmagazin und Mittagsmagazin, und dann geht es ja einfach so weiter bis in die Nacht zum Nachtmagazin – ist natürlich schon allein das lineare Programm enorm üppig. Und wenn's Knall auf Fall geht und man ist irgendwo breaking und man ist allein, muss man natürlich alles bedienen. Also da muss man einfach schauen, dass man sich als Korrespondent auch nicht verzettelt. Aber dass ein Korrespondent die Fähigkeit haben muss, alles zu bedienen, das würde ich schon inzwischen voraussetzen.

Svenja Kellershohn:

Ich meine, man bekommt doch auch sonst von der Lage vor Ort weniger mit. Also ich meine, wenn man die sozialen Medien nicht beherrscht, bekommt man da nicht auch aus dem Land, aus dem man berichtet, viel weniger mit als vielleicht andere Medienvertreter aus anderen Medienhäusern?

Natalie Amiri:

Also. Ich glaube, meine Berichterstattung würde sich um 50 Prozent inhaltlich reduzieren, wenn ich nicht die sozialen Medien hätte. Also im Iran zum Beispiel, in der ja ich nur abhängig bin von Staatsmedien, in der die Staatspropaganda läuft, bin ich angewiesen natürlich auf Information. Und ich habe sehr viel schneller auf Twitter Informationen,

die ich natürlich dann immer verifizieren muss – denn auf Twitter kursiert natürlich auch viel Fake-News – aber trotzdem ist die Schnelligkeit über Twitter oder Telegram natürlich gegeben. Und die, auf die muss man als Korrespondent definitiv zugreifen und auch einmal bereit sein zuzugreifen und auch einmal verstehen, wie das Ganze funktioniert. Denn auch da muss man geschult sein, um mit den Informationen umgehen zu können.

Svenja Kellershohn:

Sie waren ja vor Ort zuständig für ein Gebiet von 1,6 Millionen Quadratkilometern mit 80 Millionen Einwohnern. In Deutschland haben wir hingegen hier alle 50 bis 100 Kilometer Journalisten sitzen. Wie behält man denn dort als Korrespondentin dann den Überblick über so ein riesiges Gebiet, ist das überhaupt möglich?

Natalie Amiri:

Ja vor allen Dingen, wie befriedigt man alle, die einem zuhören, denn man wird fast so dafür auch gebrandmarkt, wenn man mal irgendeine Nachricht dann nicht sofort auf Twitter postet. Ich habe dann gesagt sorry, aber ich bin keine Nachrichtenagentur. Ich kann nicht alles, was im Land passiert, gleichzeitig abdecken, wenn es jetzt im Süden eine Verhaftung gab in Bandar Abbas und gleichzeitig aber die Proteste toben im Norden. Also insofern, man muss einen unglaublichen Überblick behalten und man ist im Grunde genommen 24 Stunden im Einsatz. Also eigentlich kann man das Handy nie weglegen und eignet sich dadurch ein bisschen auch ADHS an. Man kann einfach nicht aufhören.

Svenja Kellershohn:

Kommt man zur Ruhe?

Natalie Amiri:

Nein, nicht wirklich. Also gerade im Iran hatte ich ja eigentlich bis fast zum Schluss keine Stellvertreterin keinen Stellvertreter, und das ist schon so, dass man im Grunde genommen um sechs Uhr morgens aufwacht und bis um ein Uhr in der Nacht das Handy nicht weglegt und auch am Wochenende ja nicht zur Ruhe kommt. Und selbst wenn man dann mal zwei Wochen im Urlaub ist, hab ich's auch nicht zur Seite gelegt, das Handy. Man spürt einfach eine enorme Verantwortung für alles, was aus diesem Land- für alles, was in diesem Land passiert, das zu berichten. Ich hatte, als ich die Stelle bekommen habe, hat mir der damalige Intendant, Herr Wilhelm, gesagt, „Frau Amiri, ich möchte, dass

sie dann, wenn sie diesen Job bekommen, die Stimme in Deutschland aus dem Iran sind. Ja, und das ist eine Riesenverantwortung.

Svenja Kellershohn:

Der Iran ist ein spannendes Gebiet, aber eben auch ein total gefährliches. Reporter ohne Grenzen hat den Iran auf Platz 174 von insgesamt 180 Plätzen im Ranking der Pressefreiheit gelistet. Und auch Sie mussten ihre Arbeit dort frühzeitig beenden, weil die Gefahr einer Entführung zu groß wurde. Und es klingt jetzt vielleicht für den Zuhörer oder die Zuhörerin heftig ..

Natalie Amiri:

Oder wie nach einer Netflix-Serie.

Svenja Kellershohn:

Ja ja, tatsächlich, aber, wie muss man sich denn den Alltag vorstellen? War der tatsächlich bei Ihnen mit Angst verbunden und das dauerhaft? Wie hat das Ihre Arbeit beeinträchtigt?

Natalie Amiri:

Also es ist eine brutal schwere Arbeit, die vor Ort umzusetzen, denn man wird ständig daran gehindert, im Grunde genommen über das Land zu berichten, so wie es ist. Wir werden auf Schritt und Tritt verfolgt, überwacht. Also, das heißt selbst über Instagram über unser Telefon, über alles werden wir abgehört. Vor der Tür steht der Geheimdienst, egal, wo wir auftauchen. Nach eineinhalb Minuten, also im Grunde genommen hat es nicht 30 Sekunden gedauert, dann kam jemand in Zivil, der uns aufgehalten hat und gefragt hat, ob wir hier eine Drehgenehmigung haben. Wir-, uns wurde, sobald Proteste auf der Straße waren, verboten, auf die Straße zu gehen. Natürlich macht man es dann trotzdem. Aber im Grunde genommen müssen wir uns ständig vor dem Staat verstecken, vor den Basidsch-Milizen, vor den Geheimdiensten, die überall flächendeckend im Land aufgestellt sind. Und wenn es dann bei Protesten zum Beispiel dazu kommt – Proteste werden ja generell niedergeschlagen, und zwar brutal – und dann war es immer so, dass wir ja auch im Auge des Staates der Feind sind, wir westliche Korrespondenten. Und wir mussten uns verstecken. Und die Zivilgesellschaft hat uns dann versteckt. Also, es ist ein ständiges Katz und Maus-Spiel. Und sie sprachen ja von Angst. Ich hatte nicht so große Angst, weil ich so ein übergeordnetes Ziel hatte, einfach meine Arbeit zu schaffen und sie umzusetzen. Und klar, ich wurde vom Geheimdienst

verhört. Ich wurde weggesperrt. Mein Pass wurde mir abgenommen, ich war Ausreisegesperrt. Also das waren ständig Dinge, die einem Korrespondenten in so einem repressiven Staat passieren.

Birand Bingül:

Ja, mir ist ganz wichtig, nachdem wir diese sehr eindrücklichen Schilderungen gehört haben, auch noch mal zu sagen: da hört man einfach den Unterschied, ob ein Korrespondent im Land ist, ob er da lebt – oder sie – das wirklich aufsaugt, im Kontakt ist oder ob man irgendwo sitzt und Agenturen abarbeitet. Und diese Qualität, das ist wirklich das, was das Korrespondentennetz auszeichnen, das spüren ja auch die Leute. Das kriegen wir auch in Studien zurückgespiegelt. Deswegen ist es jetzt kein Eigenlob, ist auch gar nicht so gemeint, sondern ganz ernsthaft. Das ist eine Qualität, die wir fürs Gemeinwohl einfach da bringen. Und ich glaube, da kann man mit Natalie Amiri stolz drauf sein.

Svenja Kellershohn:

Ich hätte noch eine letzte Frage, Frau Amiri. Nämlich die Informationen heutzutage verbreiten sich immer schneller. Sie haben es vorhin angesprochen, gerade in Breaking-News-Situationen. Wie spüren Sie das denn bei ihrer Arbeit, also die Veränderungen durch den digitalen Wandel und die einfach immer schnellere Geschwindigkeit im Informationsgeschäft? Kommt man da überhaupt noch hinterher?

Natalie Amiri:

Ja es ist natürlich brutal und man muss enorm aufpassen, dass man da nicht in diesen Sog gerät und dann vielleicht falsche Bilder verwendet, ja, die nicht verifiziert waren, weil man aufgrund dieses Drucks „schnell, schnell, schnell“ eben produzieren muss. Aber das ist ja auch das, was Sie gerade gesagt haben. Wenn wir vor Ort sind, sind wir natürlich nicht so anfällig für Fake News. Wir sind nicht so anfällig für, für falsche Bilder. Denn, wenn ich ein Bild sehe, kann ich das im Iran-, weil ich jetzt jahrelang dort war, ich spreche die Sprache, ich weiß, welcher Dialekt in welcher Region gesprochen wird, ich weiß, wie die Umgebung aussieht. Und wenn ich da zum Beispiel ein Video zugeschickt bekommen wir, was mir neulich passierte und ich sehe da eine Mutter, die niedergeschossen wurde, und die Kinder stehen um sie herum und weinen. Und mir wird gesagt, dass es im Süden Irans passiert und ich sehe da aber Berge und ich sehe auch Straßenschilder, die nicht passen in das iranische Straßenbild. Und dann lasse ich es nochmal von zwei anderen Personen, die im Iran leben, verifizieren und die mir dann sagen „nein, nein, das ist ein Video, das vor einem Monat in Kabul entstanden ist“. Dann ist es natürlich unglaublich wichtig, dass wir vor Ort sind und dass wir sehr, sehr gewissenhaft unsere Aufgabe nachgehen. Und ich meine, ich kenne viele Korrespondenten der ARD, weil ich ja den Weltspiegel moderiere

und immer für jede Sendung in Kontakt mit ihnen bin. Und ich muss sagen, dass einfach eine Liebe, Überzeugung und auch eine Verantwortung jeder unserer Korrespondenten hat, das Beste zu leisten und die realistischsten und wahrsten und objektivsten Nachrichten nach Deutschland zu transportieren.

Svenja Kellershohn:

Das ist doch ein schönes Schlusswort. Vielen Dank,!

Natalie Amiri:

Sehr gerne.

Svenja Kellershohn:

Jetzt zu Gast bei uns: Ingo Zamperoni. Er ist Moderator des ARD Nachrichtenmagazins „Tagesthemen“ und dafür zuständig, dass wir immer up to date sind, was gerade in der Welt so passiert. Hallo, Herr Zamperoni!

Ingo Zamperoni:

Hallo und moin moin aus Hamburg!

Svenja Kellershohn:

Ja moin! Wie ist das eigentlich bei Ihnen? Können sie bestimmte Themen nicht mehr hören oder finden Sie das Abend für Abend immer noch spannend?

Ingo Zamperoni:

Ja, es gibt schon so manche Themen, wo man irgendwann denkt, jetzt gehen wir langsam die Worte aus, wenn sich vor allen Dingen bei manchen Themen keine Entwicklung abzeichnet, aber sie einfach präsent sind. Und dann frage ich mich dann manchmal, ok jetzt habe ich das schon so oft so formuliert und so formuliert, dann muss man ein bisschen sich noch mehr anstrengen. Gleichzeitig ist es aber schon so, dass doch immer sich alles ein bisschen weiter dreht. Und ja, also zum Beispiel Brexit oder natürlich Corona in den vergangenen Monaten oder andere Konflikte. Oder als die Union wochenlang nach einem neuen Kanzlerkandidaten gesucht hat. Das, das sind alles so Themen, die aber dann doch jeden Tag irgendwie neu sind. Und jeder Tag ist für mich auch

spannend, weil es dann immer neu gewertet wird und beobachtet wird und analysiert wird. Wie gehen wir daran, was für ein Zugang sehen wir, sodass sich zumindest – zwar mir manchmal denken kann, was die Themen des Tages sein werden morgens – aber eine gewisse Vorfreude oder spannende Erwartungshaltung, sage ich mal, gespannte da ist, wie sich der Tag denn so entwickelt.

Svenja Kellershohn:

Nachrichten und die Themenauswahl. Das ist auch ein ganz großes Thema im Zukunftsdialog. Aktuell wird er online viel diskutiert und auf der Plattform drehen sich sehr viele Fragen darum, wie ein Thema eigentlich in die Sendung kommt. Ihr bei den Tagesthemen, wie sucht ihr denn die Themen aus und wie lange redet ihr darüber, bis dann ganz klar ist darüber reden wir heute Abend in der Sendung?

Ingo Zamperoni:

Also, wir reden quasi den ganzen Tag. Also wir sind, glaube ich, eine der diskussionsfreudigsten Redaktion, die ich kenne. Deswegen haben wir in unserem Großraumbüro bei ARD-aktuell auch so ein bisschen ein durch Glaswände abgetrennten Bereich, damit wir den Rest des Hauses nicht stören die ganze Zeit. Aber es ist tatsächlich ein Prozess. Also es ist immer so eine Mischung aus Verschiedenem. Wir haben, ich sage mal so drei Säulen, dass eine ist die Vorplanung, wir haben eine Langzeitplanung, die ein paar Pfeiler schon mal einrammt in eine Woche, damit so ein Gerüst steht. Termine die anstehen oder Entscheidungen, die auf jeden Fall fallen werden, damit man weiß okay, das müssen wir an dem Tag machen.

Dann gibt es natürlich die Entwicklungen, was so passiert. Also, was wir uns auch vorstellen, wo eine gewisse Gesprächswertigkeit auch ist, eine gewisse Relevanz. Manche Themen drängen sich ja auf, die sind einfach quasi dann da und man kommt an denen nicht vorbei. Andere kann man noch ein bisschen mehr setzen.

Eine andere dritte große Säule ist natürlich Breaking News. Also alles, was wir heute am Vormittag besprochen haben, geplant haben und im Laufe des Tages weiter vorangetrieben haben mit den Korrespondenten und den Reportern, die dann die Stücke ja, die wir in Auftrag geben, umsetzen. Und wenn dann irgendetwas reinkommt, dann brechen wir den Ablauf auf. Und dann und dann gilt es aber auch bis zum Wetter, also bis zur letzten Minute, wenn irgendetwas passiert. Wir sind eine aktuelle Sendung. Aktualität schlägt Planung. Also die Sendung kann noch so schön geplant sein, sobald was passiert, richten wir uns danach aus.

Svenja Kellershohn:

Sie haben vorhin gesagt, da werden Debatten geführt. Wie muss ich mir das vorstellen? Wird da auch gestritten?

Ingo Zamperoni:

Ja, durchaus. Also wir sind ja keine so große Redaktion. Wir sind so fünf, sechs Leute in der Regel, da gibt es immer einen Primus inter Pares, nennen wir das immer. Also einer, der den Hut aufhat, der CVD des Tages, der Chef vom Dienst. Aber das wechselt. Also, es gibt nicht einen Chef. Es gibt zwar den Chefredakteur, der da so ein bisschen eben die flankierenden Themen – Banden nenne ich es mal – aufstellt, vielleicht und, und, und, und, aber, aber auch nicht so sehr eingreift. Das ist schon eine sehr basisdemokratische Redaktion, fast schon, also da wird sehr viel abgewogen. Und wir überlegen, ah ist das vielleicht doch zu wenig. Müssen wir da nicht tiefer eingehen? Oder ist das nicht ein bisschen zu viel? Und das sind so Punkte, die reinkommen.

Svenja Kellershohn:

Ich glaube tatsächlich, dass das eine sehr spannende Info für alle Zuhörerinnen und Zuhörer jetzt gerade ist, nämlich dass sie ja auch so eingespannt sind in die Themenauswahl. So arbeiten ja eben auch nicht alle Moderatoren und Moderatorinnen.

Ingo Zamperoni:

Ja, weil es eben ein Nachrichtenmagazin ist, wo es auch mehr auf die Anchor drauf ankommt, vielleicht als in anderen Nachrichtenformaten. Es ist keine größere Gruppe, das sind Karin und ich als Haupt-Moderatorinnen und Moderatoren und dann eben noch Pina und Helge Fuhst auch, unser stellvertretender Chefredakteur, der ab und zu einspringt. Aber dass wir eben so ein bisschen so eine persönliche Note auch einbringen, das ist Teil des Magazins auch. Und dafür ist es essenziell, dass wir eben auch mehr eingebunden sind als vielleicht ein anderen Sendungen, in den Entstehungsprozess, damit wir das auch quasi auch ein bisschen persönlicher machen können.

Svenja Kellershohn:

Ich glaube, dass diese Infos alle gerade sehr spannend sind. Und ich frag mich manchmal selbst, sollte man nicht noch eigentlich viel transparenter zeigen, wie sie als Nachrichtenjournalisten auch arbeiten?

Ingo Zamperoni:

Ich glaube, je mehr Transparenz wir hinbekommen, desto besser, in gewisser Weise. Also man-, vielleicht für jeden ist es so-, allzu glamourös ist es auch nicht. Wir sitzen sehr viel am Schreibtisch, am Telefon. Also, es ist, das Reporterleben, sage ich mal, ist vielleicht ein bisschen aufregender. Auch wenn man da mehr direkt erlebt, aber gleichzeitig ist es auch spannend, eben zu sehen, wie – gerade auch die ganzen Korrespondenten, die wir haben in Deutschland aber auch im Ganzen auf der Erde verteilt, in der Welt – dass das so zusammengreift oder ineinandergreift. Dass ist eben auch spannend zu sehen und mehr Transparenz ist glaube ich wichtig. Und dann könnten wir wahrscheinlich auch noch mehr wagen und mehr tun. Aber das kostet wiederum auch Zeit und Aufmerksamkeit und Konzentration. Und ich kriege eine Menge Anfragen und Mails auch. Und ich würde am liebsten jede beantworten. Aber ich schaffe es teilweise eben auch nicht, weil sonst welchen ganzen Tag damit beschäftigt und könnte mich gar nicht auf die Sendung konzentrieren.

Svenja Kellershohn:

Tatsächlich war es auch so, dass beim Auftakt des Zugangsdialogs einige gesagt haben, dass die ARD Nachrichten ihre Lebensrealität gar nicht abbilden. Also sie haben tatsächlich das Gefühl, dass die ARD oft für so einen sehr elitäres Publikum sendet, also dass man manchmal die Vermittlung der Nachrichten gar nicht richtig versteht. Sie kennen diesen Vorwurf sicher. Was sagen Sie dazu?

Ingo Zamperoni:

Also unser Anspruch ist es, Programm für alle zu machen. Im Prinzip also von Abiturienten bis Seniorinnen ist da quasi keiner, den wir uns herauspicken und sagen, das ist unsere Zuschauerin, unser Zuschauer, für den machen wir das. Wir versuchen, Themen möglichst breit abzubilden, auch eine gewisse Varianz reinzubringen. Gelingt nicht immer, aber es ist kein, kein Vorsatz, möglichst geschwollen oder elitär daherzukommen. Und gerade auch bei den Moderationen, wenn ich die schreibe, dann spreche ich die immer laut vor und merke ‚ah guck mal, das ist irgendwie-, so spreche ich nicht‘. Ich versuche, sie möglichst so zu schreiben, als würde ich jemanden in der Kneipe treffen und sagen ‚ey hör mal hast du mitbekommen, was da heute passiert ist‘. Also jetzt mal ein bisschen salopp gesagt vielleicht. Aber es darf keine abgehobene Sprache sein, weil es eine Ansprache ist an die Zuschauerinnen und Zuschauer. Die Bemühung ist, möglichst ohne herablassend zu sein, also ohne von oben herunter irgendwie ‚wir erklären euch jetzt mal, was passiert ist‘, sondern zu sagen, ‚hey‘, auf Augenhöhe mit den Zuschauerinnen und Zuschauern zu bleiben. Das ist ganz wichtig, aber eben möglichst nicht immer alles vorauszusetzen. Das ist so, was ich mir auch immer im Hinterkopf behalte.

Svenja Kellershohn:

Birand, die nächste Frage geht an dich und wir machen einen kleinen Themenwechsel. Ich meine, der Nachrichtenkonsum hat sich in letzter Zeit sehr verändert. Es gibt immer mehr Menschen, die aktiv eben nicht nach der Website Tagesschau suchen. Viele scrollen einmal einfach lieber durch ihre Social-Media-Timeline statt Nachrichten zu gucken und versuchen so, die wichtigsten Infos aufzusaugen. Ich mache das übrigens auch.

Ingo Zamperoni:

Wobei wenn ich da eingreifen darf, die sind recht erfolgreich, die Social-Media-Programme von ARD aktuell, also da wird auch auf der App und so und auch YouTube zum Beispiel läuft das ziemlich gut. Habe ich mir zumindest von unseren Teams sagen lassen.

Svenja Kellershohn:

Da hat Birand bestimmt ein paar Infos zu.

Birand Bingül:

Genauso ist es, Ingo. Ich habe im Kopf Instagram 3,1 Millionen Follower und bei TikTok, was es ja solange auch noch nicht gibt, seid ihr auch bei 850.000. Also ich glaube, dass dieses Thema Informationskompetenz, Fakten liefern, geprüfte Fakten liefern, das ist einfach Brot und Butter-Thema für die ARD und ganz, ganz wichtig. Das gilt für die nationalen Nachrichten und ARD aktuell. Das gilt aber auch für die Region. Und auch da sehen wir es, dass wenn ja im Netz, in Social Media speziell, dass das BR 24 hessenschau, „buten un binnen“ von Radio Bremen, NDR-, MDR-WDR-Lokalzeiten, dass die wirklich auch gute und hohe Zahl natürlich auf die Regionen gemünzt haben und diese Zahlen auch steigen. Wir messen das mittlerweile auch jährlich und sehen da eine sehr gute Entwicklung. Also wir sind auch in Social Media sehr präsent und es ist gar nicht mehr so entscheidend, wo die Leute es konsumieren. Wir müssen es dahin tragen, wo sie, wo sie sind. Und wenn es dann um 22.15 Uhr auf der Couch ist und vom Fernseher ist das auch sehr gut. Aber genau diese Nutzungssituation, die du beschrieben hast ‚ich will das in meine Timeline kriegen, interessiert mich schon, aber ich würde nicht einen Fernseher anmachen‘. Das bedienen wir schon und wir müssen es, glaube ich, insgesamt als ARD auch noch mehr bedienen, weil natürlich die jüngere Generation da einfach auch eine viel größere Nachfrage nach hat.

Svenja Kellershohn:

Herr Zamperoni, bei der Tagesschau wird auch TikTok gemacht und da wird natürlich mit vielen unterhaltenden Elementen gearbeitet. Wir haben es auch vorhin in der Umfrage schon gehört. Das sind ja dennoch Nachrichten. Wieviel Unterhaltung vertragen denn Nachrichten aus ihrer Sicht?

Ingo Zamperoni:

Gerade Fernsehen ist auch ein sehr emotionales Medium. Und ich glaube, man muss Menschen auch schon erst mal packen und Interesse wecken, bevor man ihnen dann die Informationen auch vermitteln kann, damit sie sich dafür auch öffnen und Interesse haben. Und TikTok ist jetzt nicht so ein primäres Element, glaube ich. Aber wenn die Menschen da unterwegs sind, gerade jüngere Generation, da muss man sie tatsächlich da auch abholen. Und dann muss man einen guten Mix hinkriegen. Denn das Wichtigste ist, glaube ich, dass jüngere Generation eben auch überhaupt mitbekommen, wer wir sind und was wir sind. Diese Automatismus, den vielleicht früher Generation, einfach automatisch, weil es kein anderes Fernsehen gab oder, oder so auch mitbekommen haben ‚das sind die Nachrichten‘, den gibt es, glaube ich, so nicht mehr. Da dürfen wir uns auch nicht darauf ausruhen. Also wir müssen schon auch gucken, dass Menschen aufwachsen, vielleicht auch ohne einen Fernseher. Und dann müssen wir da sein und damit Menschen dann eben sehen ‚ach guck mal‘, wenn sie dann beim Fernsehen zufällig auch bei uns vorbeizappen, ‚ach die hab ich doch neulich auch da gesehen. Das schaue ich mir jetzt mal an‘ und, und einfach, dass wir präsent sind. Also ich glaube, man darf das Fernsehen nicht vernachlässigen. Wir erreichen immer noch mit dem linearen Fernsehen Millionen von Menschen. Und wenn sich das anders weiterentwickelt, dann kann das auch sich anders entwickeln. Aber ich glaube, wir müssen zumindest gucken, wohin die Reise gehen kann, wohin sie wirklich geht. Das glaube ich, kann keiner voraussagen. Wir müssen nur versuchen, möglichst, breit gestreut, präsent zu sein.

Svenja Kellershohn:

Und was glauben Sie, welche Wege die Nachrichten in Zukunft noch gehen sollten und müssen?

Ingo Zamperoni:

Also vielleicht, ist es ja auch ein Trend in gewisser Weise, dass man noch mehr im Austausch mit unseren Zuschauerinnen und Zuschauern ist und das aufnimmt. Aber gleichzeitig muss man auch bisschen – davor warne ich auch ein bisschen davor – dann immer jedem Shitstorm oder jedem

Trend den Social Media Sachen nachzugehen, weil wir sehen, wie schnell das hochbläst und dann sofort auch wieder weg ist. Also man muss da auch eigene journalistische Prinzipien, die wir haben bei ARD-aktuell, nicht gleich über Bord werfen, sondern eben nach wie vor gucken. Was ist wirklich relevant für die gesamte Bevölkerung, was ist von wichtigem Interesse auch und das ändert sich nur, weil die Ausspielwege sich ändern, glaube ich, ändert sich das Prinzip von Journalismus, von Qualitätsjournalismus nicht zwangsläufig. Wir müssen gucken, wie wir eben vielleicht variantenreicher werden und so und wo wir die Menschen erreichen, wo sie unterwegs sind, auf welchen Plattformen.

Aber das Grundsätzliche bleibt ja bestehen, das Filtern, das Aussortieren und gerade dieser Informationsflut in der Social-Media-Gesellschaft, wo so viel auf uns einprasselt, die ganze Zeit bombardiert werden, also das rutscht so durch. Da liegt aber auch eine gewisse Chance drin für uns, gerade in dieser Flut von Informationen, die auf uns einprasselt, den ganzen Tag. Eine Art Felsen dieser Flut zu sein, eine Orientierung zu geben, dass Menschen sagen ‚okay, denen vertraue ich und die machen das für mich‘. Dass sie so eine Art Auswahl treffen, was ist relevant, was ist wichtig und da ein bisschen Ruhe auch reinbringen, dass man quasi nicht nur überrollt wird von dieser Informationsflut. Und es ist unser Angebot. Das machen wir jeden Tag, und wir machen das nach bestem Wissen und Gewissen. Und ich glaube, wie wir dann das dann ausspielen oder so, das muss sich dann zeigen und das kann kaum, kann wahrscheinlich keiner voraussagen, welche technischen Entwicklungen es da noch gibt. Aber das inhaltliche, die Art und Weise von Journalismus ändert sich nicht nur, weil die technischen Ausspielwege sich ändern.

Svenja Kellershohn:

Birand, welchen Stellenwert haben denn generell die Nachrichten in der ARD insgesamt?

Birand Bingül:

Ja den höchsten Stellenwert. Natürlich haben wir nicht den einen Auftrag und der andere ist dann der zweitklassige Auftrag. Aber das ist das A und O. Das ist ja auch die Wahrnehmung der Leute, auch das kam im Zukunftsdialog, haben wir angesprochen. Ich glaube auch, dass diese Verbindung von nationalen Nachrichten in ARD aktuell, die auch die ganze Welt sehr, sehr stark mit einbeziehen und den regionalen Nachrichten, dass das wirklich schon Kern von dem ist, was wir tun. Warum? Das bietet den Menschen einfach die Möglichkeit, sich ihre Meinung zu bilden. Wir sagen hier sind die Fakten, hier sind Zusammenhänge, das haben wir recherchiert. Bildet euch eure Meinung und das brauchen sie auch, um Entscheidungen zu fällen für ihr Leben, vielleicht auch politische Entscheidungen zu fällen und so weiter und so fort. Wir haben auch in der Pandemie gesehen, dass der Zulauf von

Jüngeren und Älteren bei allen Informationsformaten über alle Wege hinweg gestiegen ist. So aus Marketingsicht – mehr von der Kommunikation – will man immer sehr starke Emotionen haben, möchte Love Brand sein, also geliebt werden. Ich glaube, in dem Sinne sind wir eher Trust Brand, uns wird sehr, sehr stark vertraut. Und auch das ist sehr wertvoll, ist auch eine starke Emotion und da sind wir, glaube ich, gut aufgestellt. Aber man muss es sich Tag für Tag verdienen. Das hat Ingo jetzt auch sehr präzise und gut beschrieben. Das es wirklich dann auch Arbeit ist, diese Standards zu halten

Ingo Zamperoni:

Das ist ein ganz wichtiger Aspekt. Wenn ich das noch mal ergänzend darf, dass wir eben-, wir versuchen-, es wird nie hundertprozentige Objektivität geben, weil wir auch Menschen sind und wir vielleicht auch bestimmte Vorlieben und so und vielleicht eine Färbung ‚das Thema interessiert mich mehr als ein anderes‘, aber was wichtig ist: Ich sage immer wir bieten 100 Prozent Fairness an. Also es ist nicht so, dass wir eben reingehen und sagen ‚ah wir bürsten der das jetzt durch diese Brille‘. Und wir müssen-, wir haben keine Agenda in dem Sinne. Unser Publikum muss sich dann damit, mit diesen Informationen – wie Mosaikstückchen – ihr Bild des Alltags, der Welt, der Gesellschaft zusammenfügen. Und das ist unser Auftrag. Aber wir haben da keine, keine voreingenommene Brille, durch die wir etwas gucken, betrachten, sondern versuchen, möglichst viele Blickwinkel anzubieten.

Svenja Kellershohn:

Herr Zamperoni, vielen Dank für das Gespräch.

Ingo Zamperoni:

Sehr gerne.

Svenja Kellershohn:

Danke an alle Zuhörer und Zuhörerinnen an der Stelle. Empfehlen Sie uns gerne weiter. Unseren Podcast finden Sie in der ARD Audiothek und natürlich überall da, wo es Podcast gibt

Birand Bingül:

Und ich darf Sie einladen, machen Sie gerne mit bei unserem Zukunftsdialog. www.ard-zukunftsdialog.de ist die Adresse im Netz.

Bringen Sie sich ein – bis Ende Juni können Sie auf der Plattform mitmischen und sagen, was Ihre Wünsche und Erwartungen sind, vor allem an die ARD der Zukunft und die ARD finden Sie zudem auch auf Twitter, Instagram und LinkedIn.

Svenja Kellershohn:

In der nächsten Folge geht es dann um das Thema digitaler Wandel. Zu Gast sind dann SWR Intendant Kai Gniffke und Katrin Nachbar vom Innovationsteam des Bayerischen Rundfunks. Und am besten abonnieren Sie uns jetzt sofort, damit sie auch bloß nichts verpassen. Bis zum nächsten Mal!