

«Der Hörer soll eine gewisse U

Marco Meier, der designierte Leiter von DRS 2, im ersten, langen Gespräch



Marco Meier,
Leiter DRS 2 ab
Frühling 2008

gazette: Sie haben sich selbst als Journalisten, Wort-, Text-, Bildmenschen mit Print- und Fernseherfahrung charakterisiert. Welche Faszination stellt für Sie das Radio dar?

Marco Meier: Es geht für mich weiterhin um engagierten Kulturjournalismus, aber erstmals nicht in einer Nische, sondern auf einem ganzen Kanal mit den Chancen und Schwierigkeiten eines Vollprogrammes. Und das Radio hat all die Diskussionen hinter sich, ob es ein überlebtes Medium sei. Radio hat sich trotz neuerer Medien auch als hintergründiges, nachhaltiges Medium bestätigt.

Von der Gestaltung her fehlt Ihnen jetzt das Bild.

Ich habe mich in meinem Leben neben Philosophie und politischen Themen wesentlich mit Architektur, Kunst und Photographie beschäftigt – jetzt wird ein visueller Teil wegfallen. Dafür habe ich die Musik gewonnen, welche in meiner bisherigen Arbeit ein eher stiefmütterlicher Teil war – mit tollen Ausnahmen wie Miles Davis, Thelonious Monk oder Bob Dylan. Jetzt vermehrt über das Ohr und die Imagination arbeiten zu können, freut mich.

Die radiophone Arbeit selbst ist Ihnen noch fremd?

Nein, überhaupt nicht. Da kommen wir zu den klassischen Genres der journalistischen Arbeit – ob sie nun im Print, im Fernsehen oder im Radio bedient werden. Das Radio hat die Chance, alle diese Genres klar herauszuarbeiten. Es ist mir wichtig, bewusster mit diesen Genres zu arbeiten statt einfach nur «Beiträge» zu machen.

Sie wollen das tolle Programm, so Ihre Worte, fortsetzen. Aber Sie mussten bei Ihrer Bewerbung Konzepte vorlegen, in welche Richtung Sie das Programm entwickeln wollen.

Welche Ideen haben Sie für diesen Sender?

Um es nochmals zu betonen: es besteht die Chance, ein toll aufgestelltes Programm zu übernehmen. Ich kann da einsteigen und die gute Situation genießen und schaue präzise, wo meine Einwirkungen stattfinden sollen oder nicht. Aber darüber hinaus gibt ein ganzer Sender die Chance einer übergreifenden Gestaltung. Man sollte einen solchen Sender wie ein Musik- oder Theaterstück anschauen: Wo sind die ruhigen, intellektuellen, bedächtigen, wo sind die brisanten, politischen, schnellen Passagen. Man muss über das Ganze immer wieder neu nachdenken: Wie kann man das Publikum mit rhythmischen Brechungen, Temp- und Temperatur-Wechseln über den ganzen Tag am Sender behalten? Da ist ein Sender nie zu Ende gedacht. Und es kommen die Anforderungen einer jüngeren Generation dazu, Begleitmedien, Internet.

Wo soll man Ihre Handschrift sonst noch erkennen können?

Es gibt alle diese wunderbaren Hintergrundsendungen, Reflexe, Kontext, Passagen usw. Im jetzigen Zeitpunkt alles mit Vorbehalt: Dort könnte vielleicht noch mehr für deren Unverwechselbarkeit getan werden, für ein spezielles Charakteristikum der jeweiligen Sendung. Das hat wiederum mit der Pflege der journalistischen Form, mit der Art der Moderation zu tun. Da geht es um feine handwerkliche Beurteilungen. Und vielleicht erkenne ich auch fehlende Elemente – warum nicht ein Auslandnetz für Beiträge aus Kulturmetropolen nutzen und so mehr «Welt» hereinholen.

Ihr Augenmerk auf journalistischen Formen. Ein Beispiel?

Ich meine damit die bewussteren und entschiedeneren Wahl einer journalisti-

schen Form. Da gibt es Varianten zum – als Beispiel – Gespräch während einem Rundgang durch eine Ausstellung.

Bleiben wir bei den Formen. Es gab die Forderungen nach mehr Debatten am Sender, dann wieder die Kritik, zu viele Live-Gespräche gingen auf Kosten eines verdichteten Hintergrundes.

Da war DRS 2 vielleicht wirklich etwas zu bescheiden, wenn man bedenkt, dass DRS 2 zu kultur-, gesellschafts-, sozialpolitischen und wissenschaftstheoretischen Themen eine gewisse Deutungshoheit übernehmen, auch eine Meinungsbildungs-Front aufbauen könnte. Dass man dann wiederum findet, es werde zuviel geredet und zuviel diskutiert, kann ich auch verstehen; das spüre ich auch bei all den Gratulations-Zuschriften zu meiner Wahl: Die einen wollen einfach schöne Musik hören und dann ab und zu einen Hintergrundbericht, andere möchten von Morgen bis Abend ein schnelles, aktuelles, intellektuelles und brisantes Programm. Es ist meine Aufgabe, dass darüber immer wieder neu diskutiert werden kann.

«Eine wöchentliche Debatte, die jetzt» wünschte sich Arthur Godel im gazette-Interview zum DRS-2-Jubiläum.

Warum nicht mit einem brillanten Gast eine Woche lang jeweils zu einer bestimmten Sendezeit hart zur Aktualität diskutieren – mit Peter von Matt, Jean Ziegler, Margrith Sprecher, oder oder. Das wäre eine Chance.

Aktualität und Hintergrund – ein Dilemma für einen Kultursender?

Der Sender müsste dies so bewältigen, dass es kein Dilemma mehr ist, also kreativ und spielerisch damit umgehen. Wenn es zu schwer und zu hintergründig wird, den Mut haben, mit einem schnellen Eingriff ins Programm einen Perspektiven- oder Tempowechsel herein-

Unberechenbarkeit spüren.»

zubringen. So, dass man als HörerIn nie ganz zurücklehnen kann, dass man eine gewisse Unberechenbarkeit spürt. Und dabei aber nie den Hintergrund preiszugeben.

Hat DRS 2 eine aufklärerische, eine kritische Funktion?

Unbedingt! Nicht in einem bevormundenden, besserwisserischen Sinne, aber ich wünschte mir schon Kolleginnen und Kollegen als MacherInnen, die Haltungen spürbar machen, die Meinungen haben und diese auch vertreten können. Ich bin ein absoluter Gegner einer

falsch zelebrierten Objektivität. Lieber steht der Redaktor mit einer Meinung da, ist behaftbar, und gibt auch anderen die Möglichkeit, ihre Position darzulegen. Aufklärerisch sicher im Sinne unseres grossen Projekts der Moderne, dass wir für Transparenz, für Pluralismus, Offenheit und politischen Ausgleich in der Gesellschaft sorgen – auch über das Wissen.

Debatten lancieren, Themen setzen – wo soll sich DRS 2 im Vergleich mit den grossen Feuilletons einreihen?

Das gelingt den Feuilletons ja eben fast nicht mehr. Die letzte echte Debatte

Radio hat sich als hintergründiges Medium bestätigt

war die Realismusdebatte mit Niklaus Meienberg und Otto F. Walther vor vielen Jahren. Man muss neidlos anerkennen, dass die Weltwoche fähig ist, über die ganze SVP-Linie Themen zu setzen. Aber es sind keine wirklichen Debatten, sondern Behauptungsschienen, welche keinen Diskurs ermöglichen. Toll wäre es, am Radio auf solche Provokationen zu reagieren und auch Gegenpositionen journalistisch diskursiv auszuhandeln.

Nicht selbst Themen zu setzen?

Natürlich, das ist die höchste journalistische Begehrlichkeit. Wir dürfen uns

Anzeige

**Wenn Sie hier keine Abokarte
von Ciné-Bulletin finden, abonnieren
und profitieren Sie direkt unter
www.cine-bulletin.ch**

da keine Illusionen machen. Aber die wenigen intellektuell spannenden Figuren im Lande von Muschg über Lötscher zu Ruth Schweikert usw. hereinzuholen, damit die schweizerische Öffentlichkeit im intellektuellen Bereich auf DRS 2 immer wieder präsent ist – das wäre toll.

Im Programm eine Haltung spürbar machen, eine Meinung vertreten können

Wie weit bildet der Kultursender Kultur ab, wieweit produziert er Kultur?

Gute Frage – das hat uns auch beim Fernsehen immer beschäftigt. Vordergründig ist es vom journalistischen Metier ein Medium, das abbildet, was passiert. Aber es gibt klassische mediale Formen wie Hörspiele, da ist man Produzent. Und als Vermittler von klassischen Konzerten ist man in einem Zwischenbereich. Vielleicht finden wir neue Formen – ich erinnere an die Opernberichterstattung von N. O. Scarpi in den Fünfziger- Sechzigerjahren – das war wie eine Fussballübertragung aus dem Opernhaus. Das wäre wieder eine Form, die in sich eine Kulturform wäre. Die Rolle ist da fließend.

Stichwort Moderation: Es gibt verschiedene Moderationsstile, und sie polarisieren beim Publikum teilweise.

Das ist ein heikler Punkt, weil ich zuerst einmal die Diskussion im Hause kennenlernen muss. Mal ins Blaue hinaus formuliert: Ein Sender wie DRS 2 muss in die Vermittlung investieren. Im Unterschied zu einem Aktualitätssender brauchen wir keine nervöse Moderation, sondern wir sollten dem Publikum das Gefühl geben, begleitet zu sein, eine Orientierungshilfe zu bieten.

Diese Begleitung kann eher bedächtig, zurückhaltend-vornehm, gediegen – oder auch keck-frech, risikofreudig oder spontan sein. Stilvielfalt oder ein durchgehender DRS-2-Stil?

Kein typischer DRS-2-Moderationsstil. Es geht um die Rhythmen, die Tempi und die Art der journalistischen Genres. Für die Mattinata braucht es eine andere Moderation als bei einer brisanten aktuellen Debatte. Eine meiner liebsten Moderatorinnen bei DRS 3 ist Mona Vetsch – die wäre mit ihrem Temperament durchaus auch mal bei DRS 2 denkbar, aber sicher Fehl am Platz, um den ganzen DRS-2-Tag zu prägen.

Zur Musik: Auffallend ist, dass Sie jeweils Klassik, Jazz und Weltmusik im

gleichen Atemzug nennen. Ein Paradigmenwechsel?

Diese Öffnung der Palette ist schon bisher eine strategische Option von DRS 2. Die Säulen sind primär weiterhin Jazz und Klassik. Aber heute läuft viel Experimentelles, die Stile lösen sich auch in der E-Musik mehr und mehr auf, es gibt eine Avantgarde in der Volksmusik mit Berührung zum Jazz: wir müssen die Auseinandersetzung auch auf dieser Schiene führen.

Das Image von DRS 2 ist immer noch der «Klassik-Sender». Soll das so bleiben?

Im Moment beurteile ich diese Etikette nicht als Makel oder falsch. Wir müssen uns nicht verkrampft um junge Hörerschichten bemühen – auch die 68er sind um die 60. Toll, dass wir das säkularisierte Bildungsbürgertum als Publikum haben, das wollen wir behalten. Und die hören auch Jazz und Klassik.

Die Frage des Zielpublikums: Es gibt ja auch die Generation ab 30, welche an einem intellektuellen Diskurs teilnimmt und in den Startpositionen für gesellschaftliche Schlüsselstellen steht. Diese Kreise

Anzeige

Siemens Schweiz AG
Freilagerstrasse 40, 8047 Zürich
Benno Estermann, 0585 585 167
Charles Breitenfellner, 0585 584 057

für alle Fragen zu Siemens im Schweizer Markt

Building Technologies Group
Gubelstrasse 22, 6301 Zug
Volker Dragon, 041 724 26 47

für alle Fragen zur Gebäudetechnik auf dem Weltmarkt

Pressestellen Siemens Schweiz AG

SIEMENS

erreicht DRS 2 noch nicht optimal. Auch wenn die 68er zur Pop-Generation gehören, ist das kein Beleg, Junge anzusprechen.

Dramatisch wäre es, wenn wir beim DRS-2-Publikum den Übergang von der einen Generation zu anderen nicht schaffen würden. Klar müssen wir uns anstrengen, die jüngere Generation zu gewinnen.

Braucht es nicht ein Konzept, um sich bei diesem Publikum vermehrt als Referenzmedium zu profilieren?

Das wird ein Teil meiner zentralen Analyse sein müssen. Aber lieber ein sehr qualifiziertes, treues Publikum halten, als unbedacht zu verjüngen.

Das Publikum reagiert bei sachten Programmneuerungen jetzt schon sehr kontrovers.

Das habe ich bei den vielen Zuschriften realisiert. Die Erwartungen sind sehr unterschiedlich.

Aber «das Halten des bisherigen Publikums» tönt schon etwas konservativ.

OK, damit könnte ich leben.

Sie waren gestern das erste Mal vor Ihren zukünftigen KollegInnen von DRS 2.

Es gab tolle Rückmeldungen. Aber ich habe auch gespürt, das es Fraktionen, konservativere und progressivere Kreise gibt, solche die eine starke Beschleunigung erwarten und jene, die Angst haben, man zerstöre diese beschauliche Ebene. Das ist die Herausforderung und da habe ich auch keine Angst. Wenn ich mir eine Fähigkeit zurechne, dann ist es jene, zuhören und verhandeln zu können.

Ein Teil des Teams setzte über einen Szenenapplaus offenbar auch ein Zeichen, man wolle die laufende Strukturreform eher bremsen. Sind Sie da erschrocken?

Einen solchen Sender wie ein Musik- oder Theaterstück anschauen

Nein. Ich bin von Arthur Godel ausführlich und offen über das Thema informiert worden. Neu für mich war, dass das Thema so aktuell brisant sei. Vorgaben, bis wann welche Reform abgeschlossen sein muss, gibt es nicht.

Bereits getroffene Entscheide zu den Tagesverantwortlichen oder zu den Budgets der Fachredaktionen waren sehr bestritten. Wird das von Ihnen nochmals erwogen?

Ich habe dies beim Team auch mitbekommen. Das sind sicher wichtige Fragen. Aber da muss ich mich zuerst einarbeiten.

Gibt es Vorgaben, was die Hörerquoten oder was Budget-Reduktionen betrifft?

Nein. Ich weiss aus meiner Arbeit bei SF aber, dass das Jahr 2009 für alle Unternehmen der SRG SSR weitere finanzielle Reduktionen bringen kann. Da bin ich dann auch als Manager gefordert.

Sie seien für strategische Aufgaben geholt worden, sagen Sie. An anderer Stelle sagen Sie, Sie seien es gewohnt, Sendungen eng zu begleiten. Wie nahe werden Sie am Alltag der MitarbeiterInnen sein?

Ich möchte nicht in der Verwaltung ersticken, aber ich möchte auch verhindern, dass die MitarbeiterInnen das Gefühl haben, ich würde in jede Redaktion hineinreden. Das ist anspruchsvoll und spannend. Ich hoffe, dass meine inhaltliche Kompetenz nicht brachliegen wird und ich werde mich im Sinne eines Angebots einbringen und die Nähe zur Redaktion suchen. Wenn ich spüre, dass die nicht gebraucht wird, weil die Qualität ohne mich genauso gut ist, dann kann ich drauf verzichten. Aber ohne Inhalte wäre der Job für mich uninteressant.

Mein Eindruck ist: Ein Teil bei DRS 2 wünscht sich mehr Führung, will

klare Ansprechpartner, eine fassbare Führung mit mehr Diskursmöglichkeiten. Andere ziehen eher in Richtung mehr Mitbestimmung oder Autonomie der Redaktion.

Das ist ja normal. Und es wird auf eine Mischrechnung hinauslaufen. Ich muss spüren, wo das kooperative Entwickeln von Ideen am geschicktesten ist und wo eher Führung gefragt ist. Das ist die klassische Führungsaufgabe.

Und Ihr ideales Führungs- oder Organisationsmodell?

Ich werde zusammen mit den Freien mehr als 100 Leute haben. Ich muss also die wichtigsten 5–8 Key-Holders kennen, und die müssen für die Mitarbeitenden wie für mich Vertrauensleute sein. Eine Art von osmotischem System. Und ich soll dann in die Redaktionen hineinhocken, wenn ich von dort geholt werde.

Die Redaktionsleiter von DRS 2 führen zurzeit ziemlich grosse Einheiten.

Ich würde gerne trennen: Wenn es um strategische und strukturelle Fragen geht, ist es sinnlos, die Leute, welche vor allem kreativ sein und Programme produzieren sollen, permanent mit diesen Fragen zu belasten. Ich möchte die Gremien nach Inhalten wählen. Die kreativen Teams sollen möglichst klein sein, wo man auch ohne gedeckte Checks frei nachdenken kann. Und bei der strategischen Ebene soll man die Gremien eher straffen.

Gibt es da auch Platz für Mitsprache, Mitbestimmung? Wäre es denkbar, dass Redaktionskonferenzen statt Redaktionsleitungen über gewisse Fragen entscheiden?

Es liegt mir sicher nicht daran, die Linien ausser Kraft zu setzen. Aber ein guter Redaktionsleiter sollte seine Entscheidung ja auch auf der Basis von Gesprächen mit seinen Leuten fällen. Und falls eine

starke Divergenz zwischen Redaktionsleitung und Redaktionskonferenz bestehen sollte, dann muss man das ernst nehmen.

Wäre ein Modell denkbar mit Vertretern von MitarbeiterInnen auch in Leitungsgremien, wie aus dem Kreis der MitarbeiterInnen auch schon gewünscht?

Ich kann mir das informell so vorstellen, dass man quer zu den hierarchischen Strukturen kleine Denkkzellen installieren könnte, welche sich einige Male pro Jahr zurückziehen und über Fragen aus Redaktion, Technik, Strategie nachdenken. Ich habe aber nicht das Gefühl, dass es bei DRS 2 derart hierarchisch zugeht, dass man da strukturelle Mitbestimmung einführen müsste.

Wie wichtig ist die Debatte über den Sender und über inhaltliche Fragen im Team selbst?

Ohne interne Debatte kein DRS 2. Unbedingt! Zum Beispiel mit Retraiten ausserhalb des Betriebes, im grossen DRS 2 vielleicht in kleinen Gruppen.

An diesem ersten Kontakt mit dem Team ist auch die interne Kommunikation angesprochen worden.

Die Kommunikation ist das A und O. Mein ganz grosses Thema ist, Kommunikationsstrukturen zu schaffen, welche für alle zugänglich und offen sind. Ich

Die Etikette «Klassik-Sender» ist kein Makel

will Signale für eine Offenheit setzen, wo man mit seinem Namen zur eigenen Meinung stehen kann, wo informelle Kontakte in den Redaktionen und unterwegs im Hause stattfinden. Mit über 100 MitarbeiterInnen ist das schwieriger als mit 25 bei «Sternstunden».

Der Spielraum wird in den Redaktionen als immer enger wahrgenommen: Es geht mehr Zeit für administrativen Krimskrams drauf, für zusätzliche Leistungen für Trailers oder andere Sendungen, und jede Arbeit sollte direkt sendungsrelevant sein. Die Zeit zu Lesen, zu recherchieren, sich im Theater- oder Konzertbetrieb oder an Tagungen à jour zu halten, ohne jedes Mal eine Sendung abliefern zu müssen, ist kaum mehr möglich. Und damit wird der eigene Hintergrund dünner.

Ich muss die Situation zuerst analysieren. Die Meldungen der KollegInnen scheinen mir auch unterschiedlich. Die Klagen Richtung zeitlicher Überforderung sind eine Realität, welche ich ernst nehmen muss. Und ich habe gegenüber meinem Chef beim SF selbst eine ähnliche Kritik formuliert, nämlich dass die Qualität vor lauter strukturellen Anforderungen leide. Zum erwähnten Beispiel: Unsere Leute müssen sich informieren können, was im Kulturbetrieb läuft, müssen an Veranstaltungen präsent sein, auch wenn dies nicht direkt in

einen Beitrag umgesetzt wird. Denn dieses Hintergrundwissen ist unser Kapital und das darf nicht verloren gehen.

Sie werden bei den MitarbeiterInnen mit viel Goodwill und Hoffnungen konfrontiert sein. Als Chef waren Sie in der Vergangenheit auch auf Kritik gestossen, mussten unangenehme Entscheide fällen. Wie gehen Sie mit Konflikten um?

Eine Zeitungsnotiz beschrieb mich als harmoniebedürftig. Ich bin sicher nicht streitsüchtig. Ich weiss, dass ich schon ganz harte Entscheide treffen musste und diese von Menschen als falsch oder ungerecht beurteilt worden sind. Ich möchte meine Entscheide immer verständlich machen können. Es wäre eine Überforderung, für alle immer nur das Beste erreichen zu können. Und eine solche Stelle ist halt manchmal eine Überforderung, das muss man auch zugeben. Und man muss sie auch ansprechen können. Scheitern ist ein wichtiges Stück der Kultur. ◀

Interview: Philipp Cueni am 7. September 07

In die Redaktionen hinein-hocken, wenn ich von dort geholt werde

Anzeige

Wir sind gerne für Sie da.

So erreichen Sie unsere Pressestelle:

Telefon 041 445 30 60 | Telefax 041 445 31 44
corporate.communications@schindler.com | www.schindler.com

Schindler Management AG | Zugerstrasse 13 | 6030 Ebikon



Schindler