

21. April 2006

# medien heft

---

## Regionaljournale SR DRS

### Das (Un)mögliche aus der Region für die Region

Karin Zbinden Gysin

Fünfmal täglich informieren die Regionaljournale ihr Publikum auf hohem publizistischem Niveau. Der geplante Ausbau der "regionalen Schiene" veranlasste SR DRS zu einer Bestandesaufnahme. Eine Studie des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Bern zeigt die Qualitäten der Regionaljournale auf und weist auf mögliche Weiterentwicklungen hin.

Seit Jahresbeginn sind die Regionaljournale der Deutschschweiz – liebevoll "Regis" genannt – als eigene Abteilung "Regionalredaktionen" aus der Abteilung Information ausgegliedert und unterstehen direkt dem Radiodirektor. Bei SR DRS will man die regionale Perspektive zukünftig noch deutlicher betonen und die sieben Regis an den sechs Standorten weiter stärken. Mit dem Ziel vor Augen, das führende elektronische Qualitätsmedium zu sein und einen qualitativ hoch stehenden Service public aus den Regionen für die Regionen zu leisten, ist man aufgrund der Hörerzahlen schon auf gutem Weg. "Unsere Hörer sollen nicht nur wissen, was läuft, sondern auch warum und wie sie es einzuordnen haben", formuliert Peter Brandenberger den täglichen Anspruch der Redaktionsmitglieder an ihre Sendungen. Doch der Redaktionsleiter des Regionaljournals Bern/ Freiburg/ Wallis erlebt ebenfalls täglich, dass dies – gerade angesichts der knappen Ressourcen – ein grosses Engagement voraussetzt: "Regionaljournal machen ist der alltägliche Versuch, das Unmögliche möglich zu machen". Doch wie viel Unmögliches wird möglich gemacht? Was wird den Hörerinnen tatsächlich wie geboten? Stimmen Anspruch und Wirklichkeit überein? Gelingt es in Zukunft sogar, die Regis als "Echo der Region" zu etablieren?

Eine kürzlich abgeschlossene Studie am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Bern (ikmb) setzt sich erstmals mit diesen Fragen auseinander. In einem grösseren Rahmen wurde abgeklärt, was die publizistische Leistung der Regionaljournale ausmacht, was die Regis voneinander unterscheidet, was sie verbind-

---

#### Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: +41 44 299 33 11, Fax: +41 44 299 33 91, E-Mail: [redaktion@medienheft.ch](mailto:redaktion@medienheft.ch), Internet: [www.medienheft.ch](http://www.medienheft.ch)

kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste; Bezug der Medienheft Dossiers (zwei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement inkl. Versand und exkl. MwSt. SFr. 30.-- (Ausland SFr. 35.--)

det, was ihre Stärken und Schwächen sind und wie sie ihr Potenzial (noch) besser nutzen können. Eine inhaltliche Sendungsanalyse erfasst Aspekte wie Themenwahl, Aktualität der Beiträge, Auslöser der Berichterstattung, Akteure, Quellen und journalistische Eigenleistungen. Wie diese Angebote den Hörerinnen vermittelt werden, wird anhand von Beitragsgestaltung und journalistischen Darstellungsformen ermittelt. Die Innensicht kann dank den internen Konzeptpapieren und den Gesprächen mit den Redaktionsleitern hinzugezogen werden. Dabei tauchen altbekannte Probleme, aber auch neue Aspekte auf.

### Regionale Spezialitäten

"Unter dem gemeinsamen Dach der Geschäftsleitung haben die Redaktionen in den Regionen die Freiräume genutzt und eigene Formen und Spezialitäten entwickelt, durchaus auch gute", so das Fazit von Iso Rechsteiner, Leiter der Abteilung Regionalredaktionen bei SR DRS, zur 28-jährigen Entstehungsgeschichte der Regis. Die Studie zeigt, dass sich die Regionaljournale Bern/ Freiburg/ Wallis und Basel-Stadt/ Baselland insbesondere durch lange Beiträge und Abendsendungen auszeichnen. Bei den Regionaljournalen Aargau/ Solothurn und Zentralschweiz legt man hingegen besonders Wert auf "newsige" und knappe Sendungen. In der Ostschweiz wird für die Abendsendung das "Bündner Fenster" geöffnet, was die Möglichkeit bietet, im weitläufigen Sendegebiet direkt vor Ort präsent zu sein. Das Regionaljournal Zürich/ Schaffhausen schliesslich fällt am untersuchten Abstimmungssonntag mit zahlreichen Direktschaltungen, Interviews und Analysen besonders positiv auf. Die Eigenheiten der Regis sind gewachsene Reaktionen auf die politische, geografische und soziale Gegebenheiten der Regionen, gründen aber ebenso in den journalistischen Rollenbildern und persönlichen Vorlieben der einzelnen Teams. Wird in einigen Regis ein Libero für ausgedehntere Recherchen aus der Tagesstruktur herausgelöst, organisieren sich andere mit der Recherche im Team. Trotz der verschiedenen redaktionellen Modelle gleichen sich die messbaren Ergebnisse aus der Studie aber erstaunlich und lassen deutliche Trends erkennen.

### Kernthemen Politik und Wirtschaft

Kerngeschäft für die Informationssendungen bei SR DRS sind Politik und Wirtschaft. Mit 41 Prozent behandeln die meisten Beiträge in Regionaljournalen ein soziales Thema, berichten über das zweifellos weite Feld der Mobilität, Bildung, Kriminalität, etc. und erfüllen somit eine soziale Orientierungsfunktion.

Den explizit politischen Themen widmen die Regionaljournale 15 bis 30 Prozent der Beiträge, den wirtschaftlichen 19 bis 24 Prozent. Nehmen im untersuchten Zeitraum die Regionaljournale Basel-Stadt/ Baselland, Aargau/ Solothurn und Zürich/ Schaffhausen im Bereich der Politik verhältnismässig viele Themen auf, sind dies im Wirtschaftsbe- reich die Regionaljournale Graubünden und Ostschweiz. Der Zugang zu politischen Themen fällt den Regi-Redaktionen nicht besonders schwer, sind doch alle Teammitglieder politisch interessiert und pflegen ein ausgedehntes Netz an Kontakten. Zudem flattern täglich zig Medienmitteilungen in die Redaktionen. Es lässt sich denn auch eine grössere Nähe zur Exekutive als zur Legislative erkennen: Eine kontinuierliche Beobachtung und Begleitung der Entscheidungsfindungsprozesse der Legislative scheint aufwändiger und weniger klar vermittelbar zu sein als die Umsetzungen, die zudem meist von den Behörden frei Haus kommuniziert werden.

Die Informationen aus der Wirtschaft sind dagegen weniger direkt und radiofreundlich erschliessbar. Unternehmen steuern sehr bewusst, was zu den Medien durchdringen soll, so dass die Journalisten schwer an eigene Geschichten kommen. Als PR-Sprachrohr wollen und sollen sie sich aber nicht verstehen. Bleiben oft die zahlenlastigen Communiqués, die ganz und gar nicht radiophon sind. Hier besteht also Handlungsbedarf. Durch die vermehrte Verknüpfung mit Expertinnen, eigene Weiterbildung und neue Strategien soll der Zugang zu verlässlichen und relevanten Informationen aus der Wirtschaft verbessert werden. Ziel wäre eine breitere Abdeckung durch Serien und Reportagen sowie eine tiefer gehende Analyse durch relevante Kontakte.

### Fünf Sendetermine

Persönliche Kontakte sind neben dem Internet und dem Wissenspool der Redaktionsmitglieder die wichtigsten Informationsquellen der Regi-Redaktionen. Ein unerlässlicher Faktor für die Recherche ist der Zugang zu Expertinnen und Mandatsträgern, die rasch erreichbar und bereit für Stellungnahmen sind. Doch oft drängt die Zeit. Die fünf Sendetermine diktieren den Tagesablauf. Nur rund ein Drittel der Beiträge sind gestaltete Beiträge und enthalten ein Statement, wenn auch meistens als kurze Telefonsequenz. Dies bedauern vor allem die Medienschaffenden selber. "Begegnungen Aug in Auge dauern halt eine halbe Stunde. Aber immer erhält man dabei noch eine zweite Geschichte – es hat sich immer gelohnt!", bestätigt Jakob Fuchs, Leiter des Regi Aargau/ Solothurn. Der direkte Kontakt zu den Akteuren schafft Vertrauen und somit Zugang zu weiteren Auskünften wie Einschätzungen, Hintergründe und Entwicklungen. Im Vergleich mit den Tageszeitungen kommen die in ein Ereignis involvierten Akteure beim Radio jedoch nur halb so oft zu Wort. Eine verpasste Chance, wenn man bedenkt, dass Kontexte gerade durch die nonverbalen Mitteilungen in den Statements – Stimmungen, Emotionen, Geräusche – einfacher hör- und fassbar werden.

Doch die Recherche vor Ort braucht Zeit und ist deshalb nur in knapp 10 Prozent der Beiträge möglich. Das Unmögliche möglich machen heisst vor allem auch, in der täglichen Meldungsfut den Überblick zu behalten und die Ressourcen sinnvoll einzusetzen. "Wir machen täglich acht gestaltete Beiträge. Dafür stehen drei Reporterinnen und im besten Fall zwei Korrespondenten zur Verfügung", resümiert Brandenberger die Organisation beim Regi Bern/ Freiburg/ Wallis. Da wird es eng für Reportagen, Features und Interviews. Die Zeit läuft in vielfältiger Weise oft gegen die Journalisten: ein Ort ist zu weit weg, eine Gesprächspartnerin immer noch nicht erreichbar, der Sendetermin rückt näher. Dabei sind gemäss den Regi-Leitern gerade die Live-Schaltungen, Streitgespräche, Phone-ins oder Features zwar schwer berechenbar und erfordern besondere Kompetenzen und Flexibilität, sie werden in den meisten Fällen aber als sehr lebendig, befriedigend und radiophon erlebt. Mehr Vielfalt in den journalistischen Darstellungsformen wäre somit für Hörerinnen und Macher attraktiv.

### Agieren statt reagieren

Wo können sich die Regi-Teams mehr Luft für ihre publizistische Arbeit verschaffen? Ein Ansatzpunkt sieht die Studie in der vermehrt eigenen Themensetzung unter dem Motto: mehr agieren statt reagieren. Bisher basieren durchschnittlich 45 Prozent der Radiobeiträge auf veranstalteten Ereignissen, also auf Themen, die mittels Communiqués, Medienmitteilungen oder Einladungen zu Medienkonferenzen an die Journalistinnen herangetragen werden. Ebenso gross ist der Anteil der Beiträge, die über aktuelle natürliche Ereignisse der Region informieren. Für eigeninitiierte Themen – latente Ent-

wicklungen, Hintergrundberichte, Primeurs – bleibt kaum Zeit, weder bei der Recherche noch in der Sendung. Dabei könnte durch eine noch rigorosere Selektion der eintreffenden Meldungen, einer lediglich punktuellen Präsenz bei Veranstaltungen und Mut zur Lücke mehr Ressourcen für "tönende Gefässe" frei werden, wie Hintergrundberichte, Reportagen, Live-Schaltungen, Diskussionen und Interviews. Damit würden die Stärken des Mediums betont und zugleich das Profil in gegenseitiger Ergänzung zu den Tageszeitungen geschärft.

Aus der Studie wird ebenfalls ersichtlich, dass nur sehr wenige der Themen im Tagesverlauf Karriere machen, indem sie vertieft, aktualisiert oder kommentiert werden. Über den ganzen Tag betrachtet greifen zwei Drittel aller Beiträge ein neues Thema auf. Das Medium Radio wird hier seiner Stärke der Aktualität oft allzu gerecht. Wenn aber Meldungen zwei oder drei Sendungen überdauern und bei Bedarf aktualisiert werden, würde mehr Zeit bleiben für die Vertiefung oder für die Recherche eines eigeninitiierten Themas.

### Hohes Niveau, hohe Ansprüche

Durch die Vielfalt der Redaktionsmodelle haben die Regis unterschiedliche Erfahrungen in der Nutzung ihrer Ressourcen gesammelt. Die Analyse hat gezeigt, dass alle Regionaljournale über eine ausgeprägte journalistische Kompetenz verfügen und qualitativ hoch stehende Sendungen produzieren. Zudem reflektieren die Regi-Journalisten ihre Arbeit, kennen viele der eigenen Stärken und Schwächen und streben nach Verbesserungen. Nebst den Möglichkeiten der Ressourcenumnutzung müssten für eine weitere Qualitätsverbesserung jedoch zusätzliche Mittel zur Verfügung gestellt werden. Die Qualität der Regionaljournale kann insofern akzentuiert werden, als dass diese noch konsequenter auf eigene Stärken setzen, sich komplementär zu anderen Medienprodukten ausrichten und das eigene Profil schärfen. Die Qualitätsmerkmale "Aktuell! Publikumsnah! Vernetzt!" aus dem publizistischen Leitbild von SR DRS weisen einen gangbaren Weg, das Unmögliche immer möglicher zu machen. Die Stärkung der Regis ist jedoch eine wichtige Voraussetzung, wenn das Ziel lauten soll: "Echo der Region".

Karin Zbinden Gysin ist Assistentin im Bereich Journalismusforschung am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Bern: <http://www.imw.unibe.ch>.

Die Studie "Analyse der Regionaljournale" wurde von SR DRS im Frühling 2005 beim ikmb in Auftrag gegeben. Die Analyse der einzelnen Sendungen der sechs Regionaljournale an sieben Standorten erfolgte methodisch anhand einer quantitativen Inhaltsanalyse. Als Referenzgrösse wurde zu jedem Regionaljournal die auflagenstärkste Regional-Zeitung hinzugezogen. Um den periodischen Leistungen der politischen Berichterstattung mehr Gewicht zu geben, untersuchte die Studie zudem den Abstimmungs- und Wahlsonntag vom 5. Juni 2005. Aus dem Untersuchungszeitraum von drei natürlichen Wochen im Frühling 2005 und dem Wahl- und Abstimmungssonntag standen über 100 Stunden Regionaljournal-Sendungen zur Verfügung. Gesamthaft gründet die Studie somit auf rund 2800 Radio-Beiträgen und über 1980 Zeitungsartikeln. Die Untersuchung von internen Leitlinien, Strategiepapieren, Konzepten und die Leitfaden-Interviews mit den Regionaljournal-Leitern ermöglichten den Einbezug der Innensicht und ergänzten die Studie. Das Projekt "Analyse der Regionaljournale" wurde von Viviane Abbühl, Christine Muff und Karin Zbinden Gysin mit der Unterstützung von sieben Codierern durchgeführt.

Regionaljournale Schweizer Radio DRS: <http://www.drs.ch/regional.html>

Der Text befindet sich im Internet unter:

[http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k25\\_ZbindenKarin.html](http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k25_ZbindenKarin.html)