veröffentlicht durch *Bayerischer Journalisten Verband* (https://bjv.de)

Fachgruppe Rundfunk

Viele Köche und kein Einheitsbrei

Beim BR-Jugendsender Puls werden Sendungen für drei Ausspielkanäle produziert

München, 26.04.2016

Was wollen junge Leute, wenn sie nicht bei der Arbeit sind oder in der Uni oder schlafen? Sie wollen unterhalten werden. Mit allem, was gerade hip, schrill oder cool ist. Weniger angesagt sind trockene Nachrichten. Dann schon eher Informationen mit einem Touch Exotik. Zum Beispiel ein Rezept, wie man ein bayerisches Sushi mit Leberkäse zubereiten kann. Um Informationen über eine Redaktion zu erhalten, die das bietet, besuchte die BJV-Fachgruppe Rundfunk den Jugendsender *Puls* [1], Vorzeigeprojekt des *Bayerischen Rundfunks*.

Journalistische Kompetenz betont
?Wir sind euer Filter und sieben aus, was wichtig ist?, sagte die Stimme in einem Imagefilm für *Puls*, den Markus Putz vorführte. Er ist Planungskoordinator und verantwortlich für die interne und externe Kommunikation.

Gefiltert wird in den Kernbereichen Musik, Leben in der digitalen Welt, Politik und Sport. Letzteres ist dann häufig auf Actionsport wie Freeskiing fokussiert. Gelassen bleiben die *Puls*-Sportredakteure angesichts der Konkurrenz eines großen Brausehersteller, dessen Berichterstattung knackigere Fotos liefert.

?Was uns stark von diesem Mitbewerber unterscheidet, ist unsere journalistische Kompetenz. Wir können uns die Freiheit erlauben, darüber zu berichten, wie es Extremsportlern ergeht, wenn sie ohne ausreichenden Versicherungsschutz nach einem Unfall bei einem Sponsorenevent ihre Sportart nicht mehr ausüben können?, sagte Kathrin Buchner, die Teamchefin der Abteilung Online.

Produziert werden die Programminhalte für junge Erwachsene im Alter zwischen 20 und 30. Das Publikum soll aber auch an die Sendungen des *BR* herangeführt werden. ?Die Puls-Redaktion ist bewusst auch als Tor für neue Mitarbeiter gedacht?, sagte Programmbereichsleiter Walter Schmich, was auch gut genutzt werde. Man biete eine fundierte Ausbildung, und wer bei *Puls* journalistische Erfahrungen gesammelt habe, sei auch

für andere Sendeanstalten der *ARD* interessant, meint Nadine Ulrich, Teamchefin Radio.

Das Durchschnittsalter der *Puls*-Macher bei ungefähr 30 Jahren. Von insgesamt 110 Mitarbeitern, die sich um die Bereiche Online und Social-Media, Radio und Fernsehen kümmern, sind täglich etwa 40 täglich anwesend. Sieben Programmgestalter sind fest angestellt.

Auch Versuchslabor
Trimediales Arbeiten ist bei *Puls* angesagt. Macht sich der Autor eines TV-Beitrags an die Arbeit, hat er idealerweise zuvor schon mit den Arbeitsgruppen Online und Social Media geredet, welche Aspekte für ihn interessant sein könnten. Und ein Rundfunkjournalist, weiß von den Kollegen der Arbeitsgruppen Online und Social-Media, ob er bei seiner Recherche auch Fotos machen soll.

?Wir verstehen unsere Abteilung auch als Versuchslabor?, erklärte Kevin Schramm, Social-Media-Stratege und Moderator. Hat Facebook eine neue Funktion entwickelt, zum Beispiel Livestream, kümmert sich das Online-Team darum, wie sich diese in den *Puls*-Kosmos integrieren lässt. Mit innovativer Technik könne man hier Erfahrungen sammeln und diese werden an die verschiedenen Abteilungen des BR weitergegeben.

Kontakt zu Fanclubs
?Wir verlassen uns nicht darauf, dass unsere Angebote von den Usern gefunden werden, sondern machen uns intensiv darüber Gedanken, wie wir unser Publikum am besten erreichen und erweitern können?, sagte Markus Putz. Wichtig sei in dieser Hinsicht der Kontakt zu Fanclubs und Institutionen, die sich mit speziellen Themen befassen.

Die Reichweite der *Puls*-Angebote über die Website und die Kanäle der sozialen Medien lässt sich problemlos über die Anzahl der Aufrufe ermitteln. Die Erfassung von Fernsehquoten sei dagegen wenig aussagekräftig stellte Putz fest, da viele Programme eine hohe Zahl von User über Facebook und Youtube erreichten.

Verhandlungen über Tarifbezahlung
Zurzeit verhandelt der *BR* mit dem BJV und ver.di über die tarifliche Einstufung einiger Kollegen. Mit Ausnahme der *Puls*-Moderatoren erfolge die Bezahlung der übrigen Mitarbeiter entsprechend des geltenden Tarifvertrags, erklärte Schmich. Aber einen Moderator für eine vierstündige Sendung nach Tarif zu bezahlen, sei nicht möglich, ohne das gesamte Projekt zu gefährden.

Klaus Wagner[2]

Schlagworte:

Bayerischer Rundfunk [3] | Puls [4]

Source URL: https://bjv.de/news/viele-koeche-und-kein-einheitsbrei

Links:
[1] http://www.br.de/puls/index.html
[2] http://www.kbf-foto.de/kbf/
[3] https://bjv.de/taxonomy/term/335

[4] https://bjv.de/taxonomy/term/407