

Auf einmal haben wir richtig Lust

RIO soll der Sender heißen, modern soll er sein: Ein „Think Tank“ des SFB hat Vorschläge für die Fusion mit dem ORB erarbeitet

„Ah, die Jungen Wilden“, rief ein grauhaariger Mitarbeiter, als die Gruppe auf dem Dach des SFB-Sendegebäudes auftauchte. Meinte der das ironisch? Manche, die hier auf der Terrasse ihre betrieblich vorgesehene Pause abhielten, spähten hinüber. Aber der Grauhaarige meinte das offensichtlich ganz ohne Anführungszeichen, jedenfalls blickte er freundlich drein; und auch die Gesichter der so Betitelten zeigten keine Verunsicherung. Der Dienstag abend hatte ihnen bewiesen, daß nicht alles umsonst war. Am Dienstag abend hatten sie ihren Kollegen ihren vorläufigen Abschlußbericht vorgestellt, sie, der „SFB Think Tank“. Irgendwann sei ein älterer Kollege aufgestanden und habe ausgerufen: „Mensch, nun habe ich auf einmal richtig Lust auf die Fusion!“

Seit die Fusion der öffentlich-rechtlichen Sender Berlins und Brandenburgs beschlossene Sache ist, hat der ältere der beiden, der SFB, ein massives Imageproblem. Im Vergleich mit dem erst zehnjährigen ORB zieht er in der öffentlichen Wahrnehmung stets den kürzeren, wenn Attribute wie „innovativ“, „modern“ oder „schlank“ verteilt werden. Und natürlich ist das nicht nur ein Problem der öffentlichen Wahrnehmung, sondern beschreibt auch reale Schwierigkeiten: Verkrustete

Strukturen, zäh verteidigte Programm-Erbhöfe. „Etwas richtig Neues“, „etwas Positives“ mußte also her, so Pressesprecher Volker Schreck. Auch, um intern der Befürchtung entgegenzutreten, es werde blind abgewickelt werden und der ORB, dessen jüngerer Intendant im Vergleich zu seinem Berliner Pendant Amts-Ambitionen hat, bestimme die Marschroute.

Also setzte die Geschäftsführung Anfang des Jahres jenen „Think Tank“ ein, für den bewußt „vornehmlich jüngere Mitarbeiter“, vierzehn an der Zahl, vorgesehen wurden – wenngleich „jünger“, wie einer bemerkte, beim SFB soviel heißt wie „unter vierzig“. Von Einkauf, Betriebswirtschaft, Tontechnik über Kommunikation, Hörfunk und Fernsehen waren im „Think Tank“ alle Abteilungen vertreten. Man traf sich, gemeinsam mit Unternehmensberatern, alle zwei Wochen und probte in Workshops den interdisziplinären Austausch. Diskutierte, eruierte. Und Potsdam blickte etwas argwöhnisch nach Berlin und den plötzlichen Aktionismus jener, die sich nun vollmundig „Generation Aufbruch“ nennen lassen.

Der 26seitige Bericht (zum Profil der neuen Rundfunkanstalt, deren Programm, Organisation, Führung, Kommunikation und zum Fusionsprozeß), der

dieser Zeitung vorliegt, basiert auf mehr als neunzig Interviews, die der „Think Tank“ mit Mitarbeitern des Hauses geführt hat. Daß man nicht so sehr in seelsorgerischer, sondern vor allem in gestalterischer Absicht unterwegs war, bemüht, machtpolitische und emotionale Fragen wenigstens einmal auszublenden, mochten einige Kollegen so schnell nicht begreifen. Was sie Positives mit dem SFB verbinden würden, wo sie Chancen der Fusion sähen? Über die Fragen mußte mancher erst eine Nacht nachdenken. Lieber hätte man seinem Frust Luft gemacht.

Gestern mittag wurde im Berliner Abgeordnetenhaus über einen Antrag der Grünen zum Staatsvertrag für die Fusion debattiert. Der Antrag sah unter anderem vor, die neue Anstalt solle den Namen „Rundfunk im Osten“ (RIO) tragen. Denselben Vorschlag hatte soeben – Zufall? – der „Think Tank“ unterbreitet. Was die angeblich einfachste Entscheidung für das kleine SFB-Sondergremium gewesen war, die Namensfindung also, hatte zuvor die Gemüter auf beiden Seiten stets erhitzt. Mal war zuviel Osten im Namen, dann wieder zuviel Berlin, oder ein Rinderschlachthof blockierte bereits die vorgeschlagene Abkürzung. Die vom „Think Tank“ nun favorisierte Abkürzung ist kein Eigensinn. Sie wurde ausge-

wählt aus je fünfzig Vorschlägen, die die Sender zuvor in einem Wettbewerb ermittelt hatten. Viel Aufwand hat der „Think Tank“ auf die Errichtung modernerer Unternehmensstrukturen verwendet. Wichtig sei eine „nachvollziehbarere Leistungs- und Erfolgskontrolle“. Das heiße auch, nach Möglichkeit Verträge zu „befristen“ und für „besser qualifizierte Führungskräfte“ zu sorgen. Man wolle sich „an den Nutzern und nicht an den Machern“ orientieren, heißt es ausdrücklich. Langfristig soll das für das Fernsehen heißen: Zwei Programme – RIO 1 und 2 –, eines mit regionalen Fenstern für die Familie, eines für das junge Publikum in Berlin und Brandenburg. Außerdem: Mehr Experimente. Mehr Aktions-Fernsehen. Mehr Multikulti und Satire. Und ein neues tägliches Metropolenmagazin mit eigenem Sendeplatz im Ersten.

Was im Resümee wie ein Bombardement wirkt, klingt bei den Jungen Wilden, die auf der Terrasse in die Sonne blinzeln, vorsichtiger: Es gehe „um Denkanstöße, die nicht schon im Vorfeld einer Machbarkeitsprüfung unterworfen werden“. Jung und wild? Noch sind sie sehr defensiv und müssen es hoffentlich nicht bleiben. Der nächste „Think Tank“ zur Fusion, so die Hoffnung, wird mit dem ORB zusammen denken. AMELIE VON HEYDEBRECK