

„Bitte um Feedback“ –
Blog als erweiterte Kommunikationsplattform.
Dargestellt am blog.tagesschau.de

Hausarbeit zur Diplomprüfung
an der
Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Fachbereich Bibliothek und Information
Studiengang Medien und Information

vorgelegt von

Melanie Moenig

Hamburg, Februar 2008

Referent: Prof. Dr. Johannes Ludwig
Korreferent: Prof. Dr. Wolfgang Swoboda

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	6
2. Einführung Weblogs	8
2.1 Definition	8
2.2 Geschichte	9
2.3 Stand der Forschung	9
3. Weblogs im Journalismus	11
3.1 Weblognutzung durch Medien in den USA	11
3.2 Weblognutzung durch Medien in Deutschland	13
4. Das blog.tagesschau.de	15
4.1 'ARD-aktuell'	16
4.2 Layout	17
4.3 Thematischer Aufbau	18
4.3.1 ARD-DeutschlandTrend	19
4.3.2 ARD-Hauptstadtstudio	19
4.3.3 Auslandskorrespondenten	19
4.3.4 tagesschau.de	20
4.3.5 Weitere Themen	20
4.4 Berichterstattung	20
5. Auswertung der Beiträge und Kommentare der ‚ARD-aktuell‘ Chefredakteure auf ‚blog.tagesschau.de‘	23
5.1 Quantitative Auswertung der Beiträge	23
5.2 Quantitative Auswertung der Kommentare	24
5.3 Inhaltliche Auswertung der Beiträge	25
5.3.1 Allgemeiner Tenor	26
5.3.2 Sendung	27
5.3.3 Themenwahl	30
5.3.4 Terrorismus	34
5.3.5 Produktionsabläufe	36
5.3.6 Produktion Ausland	39
5.3.7 Kritik von außen	40
5.3.8 Interna – Personen / Redaktionsalltag	42
5.3.9 ARD	46

5.4 Auswertung der Kommentare	48
5.4.1 Kritik	49
5.4.1.1 Zensur	50
5.4.1.2 Kritik – Mehrerer	51
5.4.1.3 Kritik – Einzelner	52
5.4.1.4 Eigenlob	53
5.4.1.5 Stilistische Fehler	54
5.4.2 Lob	54
5.4.3 Tipps / Hinweise	55
5.4.4 Moderation	56
5.4.5 Prominente Kommentatoren	56
6. Fazit: Möglichkeiten und Grenzen	59
6.1 Generell	59
6.2 Chefredakteure und ‘ARD-aktuell’	59
6.3 Rezipienten	62
7. Ausblick	64
Quellenverzeichnis	66
Abbildungsverzeichnis	86
Tabellenverzeichnis	87
Anlagenverzeichnis	87
Anlagen	88

Abstract

Diese Arbeit beschäftigt sich mit den Möglichkeiten und Grenzen, die ein Blog einem etablierten Medienunternehmen bieten kann. Dazu werden die Inhalte der Kategorie ‚ARD-aktuell Chefredakteure‘ und die zugehörigen Kommentare des ‚blog.tagesschau.de‘ untersucht und ausgewertet.

Nach der Einleitung wird in Kapitel 2 eine kurze Einführung in des Phänomen Weblog gegeben. Kapitel 3 beschäftigt sich dann mit den bereits bestehenden Weblogs von etablierten Medien. In Kapitel 4 werden die Rahmenbedingungen des blog.tagesschau.de, und die Redaktion ‚ARD-aktuell‘ vorgestellt. Gegenstand des 5. Kapitels ist dann die quantitative und inhaltliche Auswertung der Blogbeiträge. Fazit und Ausblick (Kapitel 6 und 7) beschließen die Arbeit.

Schlagwörter: Weblog / Tagesschau / ‚ARD-aktuell‘ / Nachrichtenfaktoren / Nachrichtensendung / Nachrichtenproduktion /

1. Einleitung

Als „Klowände des Internets“ (VON MATT 2007) verspottet, oder als „Rebellen mit gutem Grund“ (FOCUS 2005) gefeiert - Weblogs und ihre Macher. Kaum ein anderes Phänomen des Web 2.0 hat in den letzten Jahren so viel Anlass zur Diskussion gegeben.

Seit einigen Jahren wird den Weblogs auch eine wachsende Bedeutung für den Journalismus zugeschrieben (vgl. u.a. WELKER 2006, NEUBERGER 2005). Das Medium, welches durch seine einfache Bedienbarkeit praktisch jedem gestattet Inhalte zu veröffentlichen, stellt für viele Medienschaffende eine Ergänzung, aber auch eine Bedrohung dar. Gerade weil Weblogs nicht den Gegebenheiten eines Medienunternehmens unterworfen sind, bergen sie große Vorteile, aber auch Gefahren. Die Blogger sind nicht an Längenvorgaben, Deadlines oder Themen gebunden. Für sie gilt keine 24-stündige Haltbarkeit für Nachrichten. Sie berichten über alles was ihnen berichtenswert erscheint. Auch sind Blogger (noch) weitestgehend frei von Beeinflussung durch Politik oder PR. Sie können sogar Oppositionen in diktatorischen Ländern, in denen keine Pressefreiheit herrscht, eine Stimme geben. Und sie lassen den Dialog mit ihren Nutzern zu.

Doch gerade die Freiheit des Publizierens stößt bei vielen auf Kritik. Blogger wären keine gelernten Journalisten, sie müssten sich nicht an journalistische Standards halten. Sie veröffentlichen erst und werden dann verifiziert nicht, wie in den etablierten Medien üblich, andersherum. Auch der typische kommentierende Schreibstil, den die Blogger verwenden, lässt einige daran zweifeln, dass es sich bei diesem neuen Medium um ein journalistisches handelt.

Diese Arbeit soll eine andere, als in der Forschung und Presse übliche, Herangehensweise darstellen. Es soll nicht der Frage nachgegangen werden, ob Blogger Journalisten sind, sondern wie ein etabliertes Medium, die Tagesschau, ihr Blog (blog.tagesschau.de) nutzt. Es wird untersucht, welche Inhalte verbreitet werden und wie die Blogleser in den Kommentaren darauf reagieren. Konkret werden dazu die 151 Blogeinträge der 'ARD-aktuell' Chefredakteure Kai Gniffke und Thomas Hinrichs und die dazugehörigen 3411 Kommentare der Nutzer analysiert. Darüber hinaus wurde Thomas Hinrichs per Mail zum Bloggen befragt. Da ein Weblog ein ständig wachsendes Medium ist, wurde ein genauer Untersuchungszeitraum (27.12.2006 – 31.10.2007) festgelegt. Die vorliegende Arbeit soll zeigen, welche Möglichkeiten und Grenzen das Blog den Redakteuren bietet um ihre Arbeit transparenter zu machen und mit den Rezipienten zu kommunizieren. Dabei liegen folgende Fragen zugrunde:

- 1) Können die Inhalte des blog.tagesschau.de die Arbeit der Nachrichtenredaktion transparenter machen?
- 2) Wie reagieren die Rezipienten auf das erweiterte Angebot?
- 3) Ist ein Weblog das richtige Medium, um die Arbeit einer Nachrichtenredaktion darzustellen?

Um ein besseres Verständnis für das Phänomen Weblog zu bekommen, wird in den nächsten Kapiteln eine grobe Übersicht zur Weblogforschung und eine kurze Einführung in das Thema gegeben. Dabei wird auch spezieller auf das Verhältnis zwischen Journalismus und Weblogs eingegangen. Als Einführung in die Auswertungen des Bloginhalts von blog.tagesschau.de wird danach Struktur und der Aufbau von 'ARD-aktuell' und die des Blogs selbst dargestellt. Anschließend folgen die quantitative und inhaltliche Auswertung der Bloginhalte und das Fazit.

2. Einführung Weblogs

Nachfolgend soll ein grober Überblick über das Phänomen Weblog gegeben werden und besonders auf das Verhältnis von Journalismus und Weblogs eingegangen werden. Damit sollen die Kernbegriffe, die in dieser Arbeit genutzt werden, erklärt und die relevanten Zusammenhänge dargestellt werden.

2.1 Definition

Der Begriff Weblog, kurz Blog genannt, setzt sich zusammen aus den Wörtern Web und Logbuch. Der Autor eines Weblogs wird Blogger genannt. Die Einträge innerhalb eines Weblogs werden als Posts bezeichnet. Entsprechend nennt man den Vorgang des Publizierens bloggen oder posten. Die Gesamtheit aller Weblogs im World Wide Web wird als Blogosphäre bezeichnet.

Was ein Weblog zu einem solchen macht, kann am besten über den Aufbau definiert werden. Ein Blog besteht aus umgekehrt chronologischen Einträgen. Der neueste Post steht also immer an oberster Stelle. Unterhalb jedes Blogeintrages befindet sich in der Regel das Datum und die Uhrzeit der Veröffentlichung sowie der Name, beziehungsweise das Synonym, des Autors. Die meisten Weblogs lassen es zu, dass der Leser des Blogs Kommentare zu jedem Post verfassen kann (vgl. SONNABEND 2007).

Außerdem verfügen die meisten Weblogs über eine Suchfunktion, mit der nach bestimmten Inhalten gesucht werden kann, sowie über ein Monatsarchiv, wonach sich Posts zu einem bestimmten Tag recherchieren lassen. Die meisten Blogger fügen ihrem Blog ebenfalls eine sogenannte Blogroll bei. Die Blogroll ist eine Auflistung anderer Weblogs, mit denen der Blogger kooperiert, sich solidarisiert oder die er einfach lesenswert findet.

Die Inhalte eines Blogs sind nicht festgelegt. Sowohl thematisch als auch formal bleibt es dem Blogger freigestellt, wie er sein Blog gestaltet. Man unterscheidet dabei grob zwischen denjenigen, die ihren eigenen Content veröffentlichen, und denjenigen, die in ihrem Blog hauptsächlich auf externe Webinhalte verlinken und diese kommentieren.

Das elektronische Nachrichtenformat RSS ermöglicht es dabei, bestimmte Inhalte eines Blogs als so genannten RSS-Feed zu abonnieren oder in andere Webseiten zu integrieren.

Die genaue Anzahl von Blogs im Internet zu nennen, ist ob der ständig wachsenden Zahl von neuen und der ebenso ständig wachsenden Zahl von wieder aufgebenden Blogs schier unmöglich. David Sifry, Gründer der Blogsuchmaschine *Techmorati*, gab in seiner Studie „State of the Blogosphere“ vom Oktober 2006 an, dass es mehr als 57 Millionen Weblogs gibt. Täglich kämen an die 100.000 Blogs hinzu (vgl. SIFRY 2006).

2.2 Geschichte

Als erstes Weblog wird mittlerweile die erste Webseite überhaupt aus dem Jahr 1990 angesehen. Damals ging der Erfinder des World Wide Web, Tim Berners-Lee, mit seiner Internetseite online, auf der er fortlaufend die Entwicklung der neuen Internet-Technik protokollierte (vgl. SONNABEND 2007).

Bereits 1998 gab es einige Webseiten, die als Weblogs, so benannt von Jorn Berger, identifiziert werden konnten. Jesse James Garrett, ebenfalls Blogger, begann zu dieser Zeit andere Webseiten, die seiner eigenen ähnelten, zu sammeln und aufzulisten. Garrett sendete die Liste an Cameron Barrett, der sie wiederum auf seiner Webseite ‚Camworld.com‘ veröffentlichte. Daraufhin begannen andere Blogger, ihre URLs an Barrett zu senden. So entstand die erste Sammlung von Weblogs im WWW.

Von da an setzte sich der Prozess automatisch fort. Immer mehr Menschen begannen ihr eigenes Weblog zu veröffentlichen und den Link an Barrett zu senden. Die Liste wuchs so schnell, dass dieser sich dafür entschied, nur noch die Weblogs in seine Liste aufzunehmen, die er selbst auch verfolgte. Die erste Blogroll war geschaffen. Andere Blogger taten es Barrett gleich und erstellten ihrerseits Blogrolls auf ihren Blogs.

Allerdings stieg die Zahl der Blogger nur langsam, denn wer ein Weblog erstellen wollte, brauchte das Wissen, wie man eine Webseite programmiert. Dies änderte sich, als im Juli 1999 das erste Tool zur Weblogerstellung herauskam. Dies war der Anfang der Blogosphäre (vgl. BLOOD 2000).

2.3 Stand der Forschung

Die Untersuchungen zum Thema Weblog sind im deutschsprachigen Raum mittlerweile zahlreich und nähern sich dem Phänomen von verschiedensten Seiten. So wie Jan Schmidts kommunikationssoziologische Studie „Weblogs“ (SCHMIDT 2006) und seine Weblogbefragung „Wie ich blogge?!“ (SCHMIDT 2006a). Hier wurden Blogger vor allem danach befragt, wie und warum sie bloggen. „Die häufigsten Gründe für das Führen eines Weblogs sind Spaß und Freude am Schreiben sowie der Wunsch, Ideen und Erlebnisse für sich selber festzuhalten“ (SCHMIDT 2006a, S. 2). Neben den grundlegenden Fragen wer, wie, worüber bloggt, befassen sich einige Studien auch mit dem Verhältnis von Journalismus und Weblogs.

In einer von Christoph Neuberger durchgeführten, repräsentativen Befragung deutschsprachiger Blogger mit einem thematisch spezialisierten Angebot im Juni und Juli 2003 waren fast zwei Drittel der Befragten (64 %) der Auffassung, dass Weblogs eine „neue Art von Journalismus“ sind. Nur 19 Prozent sagten, Weblogs „haben nichts mit dem Journalismus zu tun“. (vgl. NEUBERGER 2005). Matthias Armbrorst stellt in seiner Studie „Kopffäger im Internet oder publizistische Avantgarde“ (ARMBORST 2006) fest, dass eine eindeutige Trennung von Journalismus und Weblogs nicht gegeben ist. Eine Vielzahl von Bloggern identifiziert sich durchaus mit journalistischen Tätigkeitsbeschreibungen. Ebenso lassen sich ihre

publizistischen Motive auch professionellen Journalisten zuschreiben. Allerdings unterscheiden sich die Blogger vom professionellen Journalisten vor allem darin, dass für sie die gängigen Kriterien für die Nachrichtenauswahl weitestgehend bedeutungslos sind. „Sie wählen ihre Themen nach persönlichen Interessen und publizieren auch dann, wenn die Informationen ungesichert sind“ (ARMBORST, 2006, S. 185).

Martin Welker wechselt mit seiner Studie „Weblogs: Ein neues Werkzeug für Journalisten“ (WELKER 2006) die Perspektive und betrachtet, wie Journalisten Weblogs für ihre Arbeit nutzen können. Dabei stellte sich heraus, dass Weblogs vor allem als Recherche- und Meinungsquelle genutzt werden. Aber auch zur Themenfindung ziehen die Journalisten die Weblogs zu Rate. In einer Befragung von zwölf Journalisten und professionellen Autoren zu ihren Blogs konnte Welker vor allem zwei Hauptfunktionen herausfiltern. Journalisten die selbst einen Blog betreiben, sehen die Vorteile zum einen in der Sammlung (noch) nicht veröffentlichter Informationen und zum anderen als Testfunktion, um unfertige Texte einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Durch die Kommentarfunktion können sie somit ein erstes Feedback zu ihren Publikationen erhalten (vgl. WELKER 2006). Siehe hierzu auch Kapitel 3.

3. Weblogs im Journalismus

Wie bereits in den vorherigen Kapiteln gezeigt, bietet die Beziehung von Journalismus und Weblogs verschiedene Untersuchungsansätze. Diese Arbeit soll sich nun mit den Möglichkeiten und Grenzen, die ein Blog einem etablierten Medium bieten kann, auseinandersetzen. Dazu werden in diesem Kapitel exemplarische Beispiele zur Weblognutzung von Medien in den USA und in Deutschland gegeben. Dies soll helfen, einen Überblick über die Vor- und Nachteile von Medienblogs zu erhalten. Die Beispiele aus den USA wurden deshalb mit einbezogen um zu zeigen, wie sich die Weblognutzung in einem Land darstellt, in dem Weblogs in den Medien längst etabliert sind.

3.1 Weblognutzung durch Medien in den USA

In den USA haben Weblogs von renommierten Journalisten längst ihren Platz innerhalb der Medien gefunden. Jeff Jarvis, Journalist und Blogger, sagt über sein neues Arbeitsfeld: „Ich habe jetzt mehr Respekt für das Wissen, das durch Pluralität und Demokratie entsteht. Ich habe sehr viel von anderen Bloggern auf der ganzen Welt gelernt. Vor einigen Jahren begann ich, deutsche Blogs zu lesen und zu verlinken. Dadurch entstanden Gespräche und Freundschaften, die sonst nie entstanden wären. Daraufhin stieß ich auf die unglaubliche Blog-Kultur im Iran und wurde im Gegenzug von den Pionieren der irakischen Blogs entdeckt, die jetzt in der Nationalversammlung sitzen“ (JARVIS 2004). Der Austausch mit anderen Bloggern, aber auch mit den Lesern bereichern Jarvis Ansicht nach seine Arbeit. Auch im Bezug auf die erhöhte Transparenz lobt er die Möglichkeiten eines Blogs. „Wir müssen unsere Voreingenommenheiten und unsere Arbeitsabläufe offen legen, inklusive der schockierenden Nachricht, dass auch Reporter und Redakteure Menschen sind und Fehler machen können“ (ebenda). Wenn Journalisten von Wirtschaft und Politik Offenheit und Transparenz verlangen, müsste dies auch für sie selbst gelten.

„Weblogs Bring Journalists Into a Larger Community“ (GRABOWICZ 2003, S. 74) überschreibt Paul Grabowicz seinen Artikel über die Vorteile, die Blogs den etablierten Medien bieten können. Die Bereitschaft, seine Arbeit einem breiten Publikum zum Kommentieren, Ergänzen und Weiterverbreiten anzubieten, kann sogar eine Unterstützung bei der journalistischen Arbeit darstellen. „Weblogs also can give readers insight into the reporting process itself. This helps strip away the mystique – and misunderstanding – that surrounds so much of what we do as reporters“ (GRABOWICZ 2003, S. 75). Auch seien die Journalisten dadurch gezwungen, ihre eigene Arbeitsweise zu hinterfragen.

Steve Olafson, Redakteur des *Houston Chronicle*, hebt besonders die freie Themenwahl hervor, der er in seinem Blog nachgehen kann. „In weblogging, there are no rules. You’re not required to write about city

council meetings, fatal car accidents, or the weather” (OLAFSON 2003, S. 91). Der Journalist betrieb seinen Blog außerhalb seiner eigentlichen Arbeit nur zum Spaß und unter einem Pseudonym. Allerdings gefiel dieses Hobby nicht jedem, besonders nicht den Herausgebern des *Houston Chronicle*. Als die wahre Identität des Journalisten, der sieben Jahre für die Zeitung tätig gewesen war, herauskam, feuerten sie ihn. Sie machten deutlich, dass Olafsons Veröffentlichungen in seinem Blog auf die Zeitung zurückfielen und beanstandeten vor allem, dass Olafson nicht zwischen Kommentar und Nachricht unterschieden hatte.

Brian Toolan, Herausgeber des *Hartford Courant* in Connecticut, legt dar, weshalb ein Journalist aus seiner Sicht nicht zum Blogger werden darf. „Journalists should operate in ways that don’t display bias or predisposition. These are ethical considerations, not legal ones, but they are central to the conduct of journalism and must be zealously maintained” (TOOLAN 2003, S. 93). Toolan, der zuvor heftig dafür kritisiert wurde, dass er einem Redakteur des *Hartford Courant* das Bloggen verboten hatte, rechtfertigt sich weiter: „Denis Horgan’s [der eben erwähnte Redakteur d. Verf.] public profile is a product of his long-standing relationship with the Courant“ (ebenda). Es würde nicht reichen, so Toolan, dass der Journalist einfach erklärt sein Blog hätte nichts mit der Zeitung zu tun.

Die Herausgeberin der *Dallas Morning News*, Keven Ann Willey, sieht im kommentierenden Ton eines Weblogs gerade den Vorteil. „It’s a delicate thing, blogging our opinions in ways we hope will help clarify and enhance – not confuse and degrade – what we do and why we do it” (WILLEY 2003, S. 90). Der seit Juli 2003 bestehende Blog soll so die kollektive Sicht schärfen.

Ob ein Blog mit seinen typisch subjektiven Ansichten zu einem etablierten Medienunternehmen passt, beantwortete der US-amerikanische Nachrichtensender *CNN* mit einem klaren „Nein!“. Dies zeigte sich ganz deutlich, als der Sender Kevin Sites dazu zwang seinen Blog einzustellen. Sites Blog gehörte zu den sogenannten Warblogs, eine Art von Blog, die aus Kriegs- und Krisengebieten berichten. Sites berichtete während des zweiten Golfkriegs aus dem Norden des Iraks. Innerhalb weniger Tage schaffte er es auf die Liste der 100 meistverlinkten Blogs zu gelangen. Zur Begründung der Einstellung des Blogs hieß es von Seiten *CNNs* nur „Covering a war for *CNN* and its 35 international networks is a full-time job. We’ve asked Kevin to concentrate on that for the time being” (zit. nach MERNIT 2003). Andere Blogger verurteilten das Verhalten von *CNN*. Der Sender würde nur die alleinige interne Kontrolle über die Kriegsberichterstattung zurückgewinnen wollen.

3.2 Weblognutzung durch Medien in Deutschland

Auch in Deutschland nutzen einige etablierte Medien Blogs, um ihr Angebot zu erweitern. Besonders die Printpresse hat die neue Art zur Veröffentlichung für sich entdeckt. So haben beispielsweise die Onlineportale von *die tageszeitung* oder der Wochenzeitung *DIE ZEIT* mehrere Blogs zu diversen Themenkomplexen eingerichtet. Im Index der ZEIT-Blogs finden sich unter anderem der ‚Meckerblog‘, in dem ein unabhängiger Journalist, unter dem Pseudonym ‚ONKEL BRUMM‘ über die Fehler von *ZEIT online* schreibt und Verbesserungsvorschläge macht. Auf dem ‚Blog-Friedhof‘, werden alle ZEIT-Blogs gelistet, die nicht mehr aktualisiert werden.

Das Handelsblatt lässt auf ‚blog.handelsblatt.de‘ unter anderem seine Volontäre über ihre Ausbildung in der verlagseigenen Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten bloggen.

Die *Frankfurter Rundschau* hat sich im Oktober 2007 dazu entschieden, ihr bisheriges Blogkonzept, an dem mehrere Redakteure beteiligt waren, aufzugeben und nur noch einen Journalisten bloggen zu lassen. „Gestatten - Bronski. Ihr Mann in der Redaktion der Frankfurter Rundschau. Ich Sorge dafür, dass Ihre Meinung gehört wird. Ich trage Ihre Anliegen in die Redaktion, auf die Leserbrief-Seite und in dieses Blog“ (BRONSKI 2007).

Die *Süddeutsche Zeitung* stellte dagegen ihr Blog nach nicht einmal sieben Monaten stillschweigend wieder ein. Der Blogger Don Alphonso, der das Blog der Zeitung verfolgt hat, schreibt nach der Stilllegung: „Es ist halt nicht sinnvoll, eine Onlineredaktion mit einem neuen Content Management System zu konfrontieren und zu hoffen, dass da was Gutes bei rauskommt. Die SZ-Onlinemannschaft hat eine Textwüste nach der anderen abgeliefert, ohne zu kapieren, dass Bloggen nicht „Schnell und Schmutzig“ oder normaler Journalismus in Ich-Form und mit Kommentaren ist. Das ist umso erstaunlicher, als die SZ nicht irgendein miserables Pampablättchen, sondern schon eines der erfahreneren ~~miserablen Pampablä~~ [im Orig. hervorgehob.] Printprodukte mit überregionalem Anspruch ist“ (ALPHONSO 2006).

Die Fernsehsender in Deutschland halten sich im Gegensatz zu ihren schreibenden Kollegen mit dem Bloggen weitestgehend zurück. Das *Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF)* richtet nur zu aktuellen, temporären Anlässen, wie beispielsweise zum US-Wahlkampf oder zum G8-Gipfel, Blogs ein.

Die privaten Sender beschränken ihr Blogangebot meist auf einzelne Sendungen. So hat die erfolgreiche Seifenoper, ‚Gute Zeiten, Schlechte Zeiten‘, von *RTL Television* ein Blog, in dem die Darsteller zwei- bis viermal pro Monat über Privates oder über ihre Rolle bloggen. Der ‚vip.blog.rtl.de‘ hält die Nutzer über Stars und Sternchen auf dem Laufenden. Meist diskutierte Beiträge lauten „Knast für Paris Hilton – ja

oder nein?“ und „Paris ist frei und Hollywood flippt aus“ (VIPBLOG 2007). Die Nachrichtensendung von *RTL*, ‚RTL-Aktuell‘, hält ebenfalls ein Blog bereit. Allerdings beinhaltet dieser nur zwei Einträge. Das *RTL*-Korrespondent Carlo Schlender bloggte am 27. und 28. November 2007 über seine Eindrücke aus Afghanistan.

Ähnlich wie *RTL Television* und *Pro7* bietet der Sender *Sat.1* in seinem Internetauftritt Blogs zu einzelnen Sendungen oder Personen an. Im ‚Ulrich Meyer Blog‘ berichtet der Moderator der Sendung ‚Akte – Reporter decken auf‘ über die Arbeit der Redaktion. Das ‚Nur die Liebe zählt Blog‘ gewährt Einblicke hinter die Kulissen der Show. Die meisten Kommentare und regelmäßige Beteiligung jedoch verbucht Angelika Kallwass mit ihrem Blog. Während die anderen Blogs zu Sendungen eher wenig Kommentare aufweisen, kommt die Fernsehpsychologin auf 50 bis 200 Kommentare pro Eintrag.

Der Nachrichtensender *N24* bietet neben einem Politik-Blog und dem Video-Blog von *N24*-Chefredakteur Peter Limbourg auch ein Blog, den die Nutzer selber mit Inhalten füllen sollen. Unter der Rubrik ‚N24 Augenzeugen‘ sollen selbstgemachte Fotos und Videos von aktuellen und spannenden Ereignissen hochgeladen werden. Der Absender überträgt dabei alle Urheber- und Nutzungsrechte automatisch an den Sender. Jedoch wird nicht zwangsläufig jede Einsendung gezeigt. Die Redaktion behält sich vor, die interessantesten Inhalte auszuwählen. Ein Vermerk weist den Nutzer ebenfalls darauf hin, dass er bei seinen Aufnahmen den Einsatz der Sicherheitskräfte nicht stören darf. „Wichtig: Behindern Sie keine Rettungsmaßnahmen! Sie erschweren damit notwendige Hilfe für Menschen, außerdem können Sie sich strafbar machen“ (AUGENZEUGEN 2008).

Die Beispiele aus Deutschland und vor allem den USA zeigen deutlich die Vor- und Nachteile, die ein Weblog einem etablierten Medium bringen kann. Als Vorteil wird vor allem die erhöhte Transparenz und die daraus resultierende erhöhte Glaubwürdigkeit gesehen. Einzelne Journalisten betonen ebenfalls die durch das Blog gewonnene publizistische Freiheit und die Möglichkeit, über das Blog Kontakte zu knüpfen. Nachteile werden nicht von den Bloggern, sondern von den Medienunternehmen, denen sie angehören, gesehen. Während die Einen die praktisch nicht mehr vorhandene Trennung von Kommentar und Nachricht als negativ empfinden, haben die Anderen Angst, die Kontrolle über die publizierten Inhalte zu verlieren.

Von der Thematik her, scheinen die jeweiligen Unternehmen ihrem Image treu zu bleiben. Der VIP-Blog von *RTL* passt genauso zum restlichen Programminhalt, wie der Blog zum US-Wahlkampf vom *ZDF*.

Diese Arbeit soll nun konkret zeigen, wie die Nachrichtenredaktion der *ARD* ihr Blog nutzt.

4. Das blog.tagesschau.de

„Ein sehr interessantes, subjektives Format als Ergänzung, zur Vertiefung oder zur Unterhaltung“ (zit. nach MRAZEK 2004, S. 47). So beurteilte tagesschau.de-Redaktionsleiter Jörg Sadrozinski 2004 die Möglichkeiten eines Weblogs. Im August 2004 hatte tagesschau.de erstmals einen Blog eingerichtet. Drei Hörfunkkorrespondenten, die sich laut Sadrozinski



Abb. 1: blog.tagesschau.de zum US-Wahlkampf (2004) Quelle: www.pcwelt.de

„freiwillig zum Mitmachen bereit erklärt“ (ebenda) hatten, bloggten über ihre Eindrücke zum US-Präsidentenwahlkampf (vgl. MRAZEK 2004). Das Blog zum Bundestagswahlkampf 2005 war dann das zweite Themen-Blog, das tagesschau.de initiierte.

Am 08. August 2006 schrieb der Redaktionsleiter von tagesschau.de dann in seinem ersten Blogeintrag „Der Erfolg [des Wahlkampfblogs; d. Verf.] und die zumeist positive Reaktion haben uns ermutigt, ein weiteres Experiment zu starten“ (SADROZINSKI, 2006).

Derzeit bloggen 33 Redakteure von ‘ARD-aktuell’ regelmäßig in verschiedenen Kategorien. Denn „Wir sind der Meinung, dass die Kolleginnen und Kollegen im ARD-Hauptstadtstudio eine ganze Menge mehr zu erzählen haben, als sie dies in ihren Beiträgen für die ARD-Hörfunkwellen, für die Tagesschau, die Tagesthemen, das Nachtmagazin oder den Bericht aus Berlin tun“ (ebenda).

Am 27.12.2006 veröffentlichten auch die Chefredakteure von ARD-aktuell, Dr. Kai Gniffke und Thomas Hinrichs, ihren ersten Blogeintrag. „Die Initiative ging vom Leiter unserer tagesschau.de-Redaktion, Herrn Jörg Sadrozinski aus. Er fragte, ob wir mitmachen wollen. Wir haben unser Zeitbudget betrachtet, deswegen innerlich abgelehnt, aber doch mitgemacht“ (HINRICHS 2007b). In der dazu neu eingerichteten Kategorie „ARD-aktuell Chefredaktion“ schreiben sie in ihrem ersten Beitrag: „In unregelmäßigen Abständen wollen wir Ihnen erzählen, wie sich ein Nachrichtentag aus unserer Sicht entwickelt hat, welche Bilder wir gesehen haben, warum manches Thema durch den Rost gefallen ist. [...] Wir wollen deutlich machen, dass sich diese Redaktion nicht einigelt, sondern sich der Diskussion stellt. Eine gebührenfinanzierte Nachrichtenredaktion muss transparent sein“ (Gniffke 2006-12-27).

Schließlich erweiterte man das Blog um die Kategorien tagesschau.de, Auslandskorrespondenten, ARD-Deutschlandtrend und die thematischen Rubriken (Europatour, G-8-Gipfel). „Wir wollten unsere Blogs in einem ‚Gefäß‘ sammeln, dennoch übersichtlich bleiben und den Autoren ihr ‚eigenes‘ Blog zur Verfügung stellen.“ (SADROZINSKI 2007)

Nach dem Einstieg Gniffkes und Hinrichs, haben sich die monatlichen Page Impressions (PI) mehr als verdoppelt. In den Monaten Oktober, November und Dezember 2007 verzeichnete das *blog.tagesschau.de* 140.831, 123.883 und 114.504 Seitenaufrufe (vgl. SADROZINSKI 2007).

Die Internetseite des Tagesschau-Blogs ist sowohl als eigenständige Webseite unter dem Link <http://blog.tagesschau.de/> als auch über das Portal von *tagesschau.de* zu erreichen. *Tagesschau.de* wiederum ist eingebettet in die Homepage der *ARD* unter dem Menüpunkt Nachrichten.

4.1 ‘ARD-aktuell’

‘ARD-aktuell’, seit 1977/78 zentrale Nachrichtenredaktion der Arbeitsgemeinschaft der *öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD)*, ist eine Gemeinschaftsredaktion sämtlicher Landesrundfunkanstalten und produziert die aktuellen Nachrichtensendungen *Tagesschau*, *Tagesthemen*, *Wochenspiegel* und – seit 1995 – *Nachtmagazin*. ‘ARD-aktuell’ hat seinen Sitz beim *Norddeutschenrundfunk (NDR)* in Hamburg. Die Leitung der Redaktion teilen sich der Erste und Zweite Chefredakteur, die mit einer Zwei-Drittel-Mehrheit von den *ARD*-Intendanten berufen werden. Seit Januar 2006 haben Kai Gniffke, als Erster und Thomas Hinrichs, als Zweiter Chefredakteur diese Position inne. Insgesamt arbeiten in Redaktion und Produktion rund 240 Mitarbeiter, die sich in zwei weitere Arbeitsbereiche, dem Planungs- und dem Sendeteam, aufteilen. Dabei hat das Planungsteam die Aufgabe, die Programmideen zu entwickeln, die vom Sendeteam, wiederum aufgeteilt in Wort- und Filmredaktion, umgesetzt werden. (vgl. NDR-INFO 2007)

4.2 Layout



Abb. 2: Screenshot des blog.tagesschau.de vom 22.12.2007
Quelle: blog.tagesschau.de

Farblich ist das 'blog.tagesschau.de', ähnlich wie das Onlineportal der ARD und 'tagesschau.de', in den typischen Blautönen gehalten, die man auch aus den Sendungen kennt. In der Überschrift der Seite findet sich die genaue Überschrift des Blogs „blog.tagesschau.de – hinter den Nachrichten“. Auf der übersichtlich gestalteten Seite befinden sich in der Mitte, umgekehrt chronologisch angeordnet, die Anrisse der einzelnen Beiträge (auch Posts genannt).

Durch das Klicken auf die Überschrift oder den Hinweis [mehr] gelangt man auf den kompletten Beitrag. Unter jedem Beitrag, egal ob Anriss oder vollständiger Post, steht jeweils der Verfasser, das Erstellungsdatum, die Anzahl der Kommentare und die Kategorien, denen dieser Beitrag zugeordnet ist.

Links von der Beitragsübersicht befindet sich zunächst ein Suchfenster (siehe Abb. 3), das dem Nutzer ermöglicht, einzelne Suchworte einzugeben und somit die Blogbeiträge, nicht aber die Kommentare, danach zu durchsuchen. Das Blog verfügt über eine Navigationsleiste, über die der Nutzer die verschiedenen Kategorien ansteuern kann (siehe hierzu auch Kapitel 4.3). Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, über das Monatsarchiv Beiträge einzelner Monate und über einen Kalender sogar Beiträge einzelner Tage aufzurufen. Unter dem Kalender befindet sich das Autorenarchiv. Hier



Abb. 3: Suchfenster
Quelle:
blog.tagesschau.de

können die Beiträge aller 32 bloggenden Redakteure sowie der Gastautoren ausgewählt werden. Unter „Letzte Beiträge“ befinden sich die jeweils letzten fünf geschriebenen Posts. Außerdem beinhaltet die Navigationsleiste unter dem Menüpunkt Info die Hintergrundinformationen über das Blog. Im Unterpunkt „Über uns“ wird Sinn und Zweck des Blogs erklärt. Des Weiteren findet sich hier der Link zum Kontakt und Impressum sowie eine Hilfe zum Blog, Kommentarrichtlinien und die Datenschutzerklärung. Ebenso findet man hier die RSS der Beiträge und Kommentare.

Extra hervorgehoben befinden sich unter den allgemeinen Informationen, untereinander aufgereiht, vier Kästchen. Sie verweisen auf Meldungen in eigener Sache, dem Podcastangebot von ‘ARD-aktuell’, der Homepage des Hauptstadtstudios und der Homepage *intern.tagesschau.de*, die einen Überblick über Geschichte, Entstehung und Macher der Tagesschau gibt. Im Gegensatz zu allen vorherigen Links, handelt es sich hier um externe Links, also zu Webseiten außerhalb von *blog.tagesschau.de*.

Ein typisches Blogelement fehlt jedoch. Das ‘*blog.tagesschau.de*’ hat keine Blogroll.

4.3 Thematischer Aufbau



Abb. 4: Aufbau der Kategorien
Quelle:
blog.tagesschau.de

Eigentlich stellt das *blog.tagesschau.de* ein Sammelbecken für mehrere Einzelblogs dar. Wie in Abb. 4 zu sehen, enthält es sechs Haupt-Kategorien in denen verschiedene Mitglieder der ‘ARD-aktuell’ Redaktion zu ihren ‚Fachgebieten‘ bloggen.

„Wir wollten unsere Blogs in einem ‚Gefäß‘ sammeln, dennoch übersichtlich bleiben und den Autoren ihr ‚eigenes‘ Blog zur Verfügung stellen“ (SADROZINSKI 2007).

Der Leser des *blog.tagesschau.de* hat entweder die Möglichkeit sämtliche Beiträge des Blogs zu lesen, oder er wählt aus einer der Kategorien, die das Blog vorgibt, und lässt sich nur die zugehörigen Posts anzeigen.

Diese Arbeit setzt sich speziell mit den Blogbeiträgen der Kategorie „ARD-aktuell Chefredaktion“ auseinander, da sie am Besten dazu dienen, die in der Einleitung formulierten Fragen zu beantworten. Um dennoch ein umfassendes Bild des gesamten Blogs zu erhalten, werden im Folgenden die anderen Kategorien kurz vorgestellt.

4.3.1 ARD-DeutschlandTrend

Die Posts zum ARD-DeutschlandTrend stammen von Jörg Schönenborn, Chefredakteur des *Westdeutschen Rundfunk (WDR)*. Der ARD-DeutschlandTrend ist ein von Infratest dimap monatlich ermitteltes, politisches Meinungsbild Deutschlands. Auftraggeber sind die Tagesthemen der ARD sowie zehn Tageszeitungen (vgl. INFRATEST DIMAP 2007). Jörg Schönenborn erklärt seit August in seinen bisher sieben Beiträgen das Zustandekommen und die Hintergründe des ARD-DeutschlandTrends.

4.3.2 ARD-Hauptstadtstudio

Die Kategorie ARD-Hauptstadtstudios ist nochmals in sieben Unterkategorien (Berlin, Medien, Opposition, Regierung, Rot, Schwarz, Was noch) aufgeteilt. Bis Dezember 2007 haben 14 verschiedene Redakteure Beiträge zu den verschiedenen Kategorien geliefert. Vorrangig jedoch berichten Ute Welty und Christian Thiels vom *Südwestrundfunk (SWR)* über und rund um die Berichterstattung aus Berlin. Neben dem Vorteil, selbst über alle Hintergründe, Kuriositäten und all jenes zu schreiben, was nicht in eines der Nachrichtenformate passt, bemerkt Ute Welty auch den Mehrwert, den man als Leser des Blogs erlangt. „Bloggen bietet Erkenntnisgewinn, denn in Berlin wurschtelt man viel alleine vor sich hin. Und da bietet das Tagesschau-Blog die großartige Gelegenheit, sich auszutauschen. Mit den Kollegen, die ihrerseits von Terminen berichten, die man selbst nicht wahrnehmen kann. Mit den Kommentatoren, die häufig auf Details aufmerksam machen, die bisher so nicht auf der Rechnung standen. Das ist einfach ziemlich klasse“ (WELTY, 2007).

4.3.3 Auslandskorrespondenten

Die Auslandskorrespondenten von ‘ARD-aktuell’ haben ebenfalls eine eigene Kategorie in dem Blog. Allerdings wird die Möglichkeit, außerhalb der ‘ARD-aktuell’ Formate Inhalte zu veröffentlichen, von den 25 Auslandsstudios selten genutzt. Drei Auslandskorrespondenten lieferten zwischen Mai und Dezember 2007 insgesamt sieben Beiträge aus ihren jeweiligen Ländern. Vier davon postete Björn Staschen, Korrespondent für den *NDR* im Studio London. Er berichtet über den Wahlkampf und die Amtseinführung von Gordon Brown, die Sommerlochthemen in der englischen Presse und über die Zusammenarbeit mit den englischen Kollegen während der Neuwahlendebatte.

Anna Engelke, seit Juli 2007 Korrespondentin für den *NDR* in Washington D.C., beschreibt in ihrem Beitrag die langen Wartezeiten, die man in den USA für Behördengänge einplanen muss, und über die nervigen Warteschleifen beim telefonischen Bestellen von Kabel-, Telefon- und Internetanschluss.

„...was gutes über Russland schreiben...(positive Story gesucht)“ (KLÄUSER 2007), so überschreibt der *WDR* Korrespondent Horst Kläuser

seinen Posting über die schwierige Aufgabe ausgewogen aus Moskau zu berichten.

Auf die Nachfrage, weshalb die Korrespondenten die Möglichkeit des Bloggens so wenig nutzen, antwortete der Chefredakteur von tagesschau.de, Jörg Sadrozinski folgendes: „Die Auslandskorrespondenten bloggen so wenig, weil sie a.) wenig Zeit haben (sagen sie), b.) (zu) wenig Kommentare zu ihren Einträgen kommen und sie deshalb c.) vermutlich wenig Anreiz empfinden, zu bloggen“ (SADROZINSKI 2007). Allerdings sollen weitere Korrespondenten gefragt werden, ob sie sich an dem Blog beteiligen wollen.

4.3.4 tagesschau.de

Unter der Kategorie tagesschau.de informieren fünf Redakteure die Leser über Neuerungen und Hintergründe auf der Homepage und dem Blog zur Sendung.

4.3.5 Weitere Themen

Die Kategorie Weitere Themen beinhaltet einzelne Sonderthemen, wie bisher, den G8-Gipfel und die Europatour. Wie die Ereignisse selbst, sind auch die Beiträge zu den Themen zeitlich begrenzt und dienen nach Beendigung des Geschehens als Dokumentation des selbigen.

4.4 Berichterstattung

Wirklich in den Focus der Presse geriet das ‘blog.tagesschau.de’ erst, als am 27.12.2006 die Pressemeldung „Tagesschau-Chefredakteure als Blogger: Premiere am 2. Januar“ (PRESSE PORTAL 2006) herauskam. Zwar erwähnten einige Zeitungen, Onlineportale, Blogs und Presseagenturen im Sommer 2004, dass die Tagesschau einen neuen Weblog für die Berichterstattung über den US-Präsidentenwahlkampf eingerichtet hat, jedoch war die Nachricht, dass sich nun auch Fernsehchefredakteure als Blogger versuchen würden, bis dato ein Novum.

Die Journalistin Lisa Sonnabend schreibt am 05.02.2007 auf ‚sueddeutsche.de‘ „Mal kommen die Einträge ein wenig oberlehrerhaft rüber und erinnern an die ‚Sendung mit der Maus‘“ und „Mal wirken sie ein wenig selbstbeweihräuchernd und wie professionelle PR-Arbeit. [...] Doch die meisten Beiträge sind interessant. Denn Gniffke und Hinrichs plaudern aus dem Nähkästchen und sagen ehrlich ihre Meinung. Ganz anders als bei Weblogs vieler anderer Medien, denen man anmerkt, dass das Bloggen für die Journalisten eher eine Qual ist und sie sich oft wochenlang nicht zu Wort melden“ (SONNABEND 2007a).

„Wenn Fernsehmacher bloggen, fliegen die Fetzen“ (SEIDLER 2007), so titelt und resümiert die *SonntagsZeitung* über das neue Arbeitsfeld der Chefredakteure.

Die Redaktion der *Titanic* nimmt sich in gewohnter Weise dem Blog an. In der Zeitschrift wird eine Doppelseite im gleichen Layout wie der Blog selbst gestaltet (siehe Abb. 5). Die sieben Blogbeiträge werden in Ich-Form verfasst, sind mit den Namen Dr. Kai Kniffke und Thomas Hinrichs unterschrieben. Satirisch werden die Originaleinträge in überzogener Weise, dargestellt. „Als Nachrichtenmann bei Tagesschau und Tagesthemen, den Nachrichten-Flaggschiffen der ARD, wie jeder weiß, der etwas vom Nachrichtengeschäft versteht. Weswegen ich das in meinem Blog-Beiträgen ständig betonen und ansonsten darauf rumreiten werde, was für einen wahnsinnig spannenden Job wir hier machen? Glaubt doch sonst keiner! Kollege Hinrichs wird dagegen so oft es geht hervorheben, dass die Tagesschau nur 15 Minuten hat“ (TITANIC 2007, S. 28). Ein gewisser Dr. Kniffke „- Moment ich buchstabiere D-o-k-t-o-r“ (ebenda) schreibt im gefakten Blog-Eintrag: „Heute ging uns aber mal der Puls hoch. Um 12.19 Uhr meldete Reuters, dass beinahe ein Sack Reis umgefallen ist. Mitten in China! Wir machten, was gemacht werden musste. Also erst mal Mittagspause. Aber dann: Peking wecken, Berlin abfragen, Statement einholen: Was war dran an der Geschichte? War Basmati- oder Klebreis im Sack? Andere Agenturen haben inzwischen nachgelagert, eine ARD-Korrespondentin steht in Uetzen bereit. Ich höre mich brüllen: »Wieso Uetzen, verdamnte Scheiße!« Kurzes Gespräch mit meiner Frau: »Ist das Kinder im Haack?« - »Was ist los?« - »Ein Sack Reis! In China!« - »O mein Gott! Die Kollegen arbeiten feierhaft, telefonieren, fassen, malen, sitzen, laufen, röhren mit den Augen, lassen die Programmierkassenscheiben sich das Schwere unter den Kagen hervor. Satelliten aus dem Flurfunk: »Ist genau liegt eigentlich China!« - »Schlitzaugenblick mal, wir googlen's gerade.« Ich entscheide: Wir gehen drauf und sagen den Zuschauern, was wir nicht wissen. Der Programmredaktor ist einverstanden. Wir unterbrechen die Nachmittagsprogramm, obwohl gar nie »Ratgeber Blüchdruck« läuft. Uetzen weiß natürlich nichts. Berlin auch nicht. Peking schläft. Schnell noch das Wetter. Ende der Sendung. Zwei Stunden später: CDU-Fabriz Merz müdet sich über Satellit aus dem Sauerland...



Abb. 5: Titanic-Artikel über blog.tagesschau.de
Quelle: Titanic (2007), Nr. 6, S. 28

Der echte Chefredakteur Hinrichs kontert im echten blog.tagesschau.de in seinem Blogbeitrag „Titanic titanisch“ (HINRICHS 2007-05-26). Nachdem Hinrichs erklärt, dass der Hinweis auf den Artikel aus der Redaktion von Radio Bremen stammt, erklärt er diesen in ähnlich ironischer Weise: „In der Juni-Ausgabe der Satirezeitschrift nehmen uns die Brüder im Geiste von der Titanic auf zwei Seiten (!) aber so was von aufs Korn, dass meine Frau möglicherweise zum ersten Mal sehr stolz war auf mich. Zwei Seiten! Unser Blog! In der Titanick! Ich habe mir das Heft dann in der Betriebskantine gekauft und bin in den Keller. Oberirdisch lachen wir nämlich nie. Wir sind schließlich ARD-aktuell“ (ebenda).

Über einzelne Beiträge oder das Blog an sich lässt sich auch die Blogosphäre aus. So schreibt Fabian Mohr im Blog ‚onlinejournalismus.de‘ „Das Blog der Tagesschau, eigentlich ein spannendes Projekt, langweilt immer mehr mit Schulterklopfen in eigener Sache und Nichtigkeiten aus dem Redaktions-Alltag. Je mehr ich darin lese, desto weniger bin ich mir

auch sicher, ob es überhaupt eine gute Idee ist, wenn Redaktionsleiter über ihr eigenes Produkt bloggen“ (MOHR 2007). Die Kritik richtet sich vornehmlich gegen die „Selbstbeweihräucherung“ (DERVANIL 2007), die fehlenden Links zu Quellen (vgl. REITZIG 2007), und die Zensur (SCHÜRIG 2007) in den Kommentaren (siehe hierzu auch Kapitel 5.4.1.1).

Allerdings nehmen viele Blogger das 'blog.tagesschau.de' auch positiv war. So äußern sie sich lobend über die erhöhte Transparenz und die Möglichkeit des Kommentierens. „ich habe hier schon häufiger lobende worte für das tagesschau-blog niedergeschrieben und ich mache es gerne wieder. die unmittelbare berichterstattung via blog halte ich für eine echte bereicherung des tagesschau-angebots“ (SCHORLEBLOG 2007).

Auch der lockere Umgangston, den die Chefredakteure in ihren Posts nutzen, honorieren einige Blogger mit Lob: „Man, die können ja richtig Lustig sein. Man lese und staune“ (SILENTBLOG 2007).

5. Auswertung der Beiträge und Kommentare der Kategorie ‚ARD-aktuell Chefredakteure‘ auf blog.tagesschau.de

Die quantitative und auch die inhaltliche Auswertung beziehen sich auf den Zeitraum vom 01.01.2007 bis 31.10.2007.

Für die quantitative Auswertung wurden die Blogeinträge und Kommentare gezählt. Darüber hinaus wurden alle weiteren formalen Angaben wie Name des Verfassers und Zeitpunkt der Veröffentlichung einbezogen.

5.1 Quantitative Auswertung der Beiträge

Insgesamt wurden 151 Beiträge verfasst. 77 Beiträge stammen von Chefredakteur Kai Gniffke, 74 von Chefredakteur Thomas Hinrichs.

Tab. 1: Anzahl der Blogbeiträge, aufgeteilt in Monate und Verfasser:

Monat	Beiträge Gniffke	Beiträge Hinrichs	Beiträge Gesamt
Jan	10	11	21
Feb	10	9	19
März	9	9	18
April	9	8	17
Mai	6	8	14
Juni	8	6	14
Juli	8	8	16
August	4	8	12
September	8	2	10
Oktober	5	5	10
Gesamt	77	74	151

In Tabelle 1 ist die Anzahl der Beiträge pro Monat aufgelistet. Mit 77 bzw. 74 Posts liegt der Durchschnitt bei sieben Beiträgen pro Monat. Das ist etwas weniger, als Hinrichs in der Pressemeldung zum Start des Chefredakteurs-Blog angekündigt hatte. „Wir hoffen, auf vier bis fünf Blogs pro Woche zu kommen – versprechen können wir das aber nicht“ (PRESSE PORTAL 2006). Die im Vergleich niedrigen Zahlen bei Gniffke im August, bzw. bei Hinrichs im September erklären sich durch den Jahresurlaub, in dem sich die Chefredakteure in diesen Monaten befanden.

Trotzdem veröffentlichen die beiden Chefredakteure zu zweit 39 Beiträge mehr als die andere beitragsstarke Kategorie „ARD-Hauptstadtstudio“. Die 14 Redakteure, die bisher in dieser Kategorie gebloggt haben, verfassten zwischen dem Untersuchungszeitraum 01.01.2007 und 31.10.2007 insgesamt 112 Beiträge.

Tab. 2: Anzahl der Blogbeiträge nach Uhrzeit:

Uhrzeit der Veröffentlichung:	
Vor 20:00	14
Zwischen 20:00 und 21:00	10
Zwischen 21:00 und 22:00	20
Zwischen 22:00 und 23:00	25
Zwischen 23:00 und 00:00	36
Zwischen 00:00 und 01:00	36
Zwischen 01:00 und 03:00	10

Die Kernzeiten der Veröffentlichungen liegen zwischen 23.00 und 01.00 Uhr und somit in der Zeit, in der das Kerngeschäft erledigt ist, die Tagesthemen jedoch teilweise noch laufen. Siehe hierzu auch Tabelle 2.

Ein Beitrag wurde sogar zur Sendezeit der 20 Uhr

Tagesschau verfasst. Der erste Kommentar zu diesem Beitrag lautete prompt: „Was mich aber interessiert: Darf bei ARD-aktuell während des Hochamts heimlich gebloggt werden? (Man beachte den Zeitstempel!) ☺“ (PAGASUS 2007). Gniffke, Verfasser des Posts erwiderte am nächsten Tag in einem Kommentar: „Erwischt! Hatte allerdings den Text vor der 20Uhr fertig und dann während der Sendung nur noch die Links gesetzt“ (GNIFFKE 2007-09-21). Siehe hierzu auch Kapitel 5.2.1.

5.2 Quantitative Auswertung der Kommentare

Insgesamt wurden 3411 Kommentare veröffentlicht. Im Durchschnitt kommt also jeder Blogeintrag auf 22 Kommentare.

Nimmt man wieder die Kategorie „ARD-Hauptstadtstudio“ zum Vergleich, eine hohe Anzahl. Denn diese kommt nur auf rund acht Kommentare pro Eintrag. An dieser Stelle muss auch erwähnt werden, dass die Anzahl der Kommentare in der Kategorie „ARD-Hauptstadtstudio“ zu dem Zeitpunkt angestiegen ist, als die ‘ARD-aktuell’ Chefredakteure ihre Kategorie einführten, also im Januar 2007. Siehe hierzu auch die Zugriffszahlen auf blog.tagesschau.de in Kapitel 4 und Berichterstattung in Kapitel 4.4.

86 der Kommentare stammen von den Chefredakteuren Gniffke (63 Kommentareinträge) und Hinrichs (23 Kommentareinträge). Vergleiche hierzu auch Kapitel 5.

Tab. 3: Meiste Kommentare nach Blogeinträgen:

Beitrag:	Anzahl der Kommentare:
Eva Herman	200
Darf man Hinrichtungen zeigen?	170
Massenproteste in Birma, Myanmar und Burma	80
Rundfunkgebühren	71
16 : 9	60

Tab. 4: Wenigste Kommentare nach Blogeinträgen:

Beitrag:	Anzahl der Kommentare:
Es geht eben auch mal was schief	1
Just-in-Time delivery	1
Die Kreuther Legende lebt	2
Kyrill stärker als Condie	3
Wie kommt Condie in die tagessthemen?	3

(Siehe dazu auch Kapitel 5)

Die meisten Kommentare haben die Beiträge erhalten, deren Themen auch in der öffentlichen Diskussion eine größere Rolle gespielt haben, oder Themen, die in Zusammenhang mit dem öffentlichen rechtlichen Rundfunk generell stehen (siehe Tab.3). Themen, die nicht unbedingt im Focus der Öffentlichkeit standen oder nicht so stark polarisierten, erhielten entsprechend weniger Kommentare (siehe Tab. 4).

Hierzu muss noch angemerkt werden, dass die Anzahl der Kommentare nicht gleichzusetzen ist mit der Anzahl der Kommentatoren. So verfassen einige Kommentatoren mehrere Kommentare zu einem Post, weil sie entweder ihrem vorangegangenen Beitrag noch etwas hinzufügen wollen, oder um auf einen anderen Kommentator zu reagieren. Doch auch wenn man alle Benutzernamen miteinander abgleichen und herausfiltern würde, ergäbe sich immer noch nicht die effektive Zahl der teilnehmenden Personen. Denn die technischen Gegebenheiten des Blogs lassen es zu, dass sich derselbe Nutzer unter mehreren Benutzernamen anmelden kann. Gleichzeitig kann sich ein Nutzer mit einem bereits bestehenden Nutzernamen anmelden.

5.3 Inhaltliche Auswertung der Beiträge

Die Beiträge auf blog.tagesschau.de folgen keinem vorgegebenen Konzept. Themen werden nicht speziell gesetzt, es entscheiden die „Chefredakteure nach eigenem Gutdünken aus dem Tag heraus“ (HINRICHS 2007b) worüber sie berichten wollen.

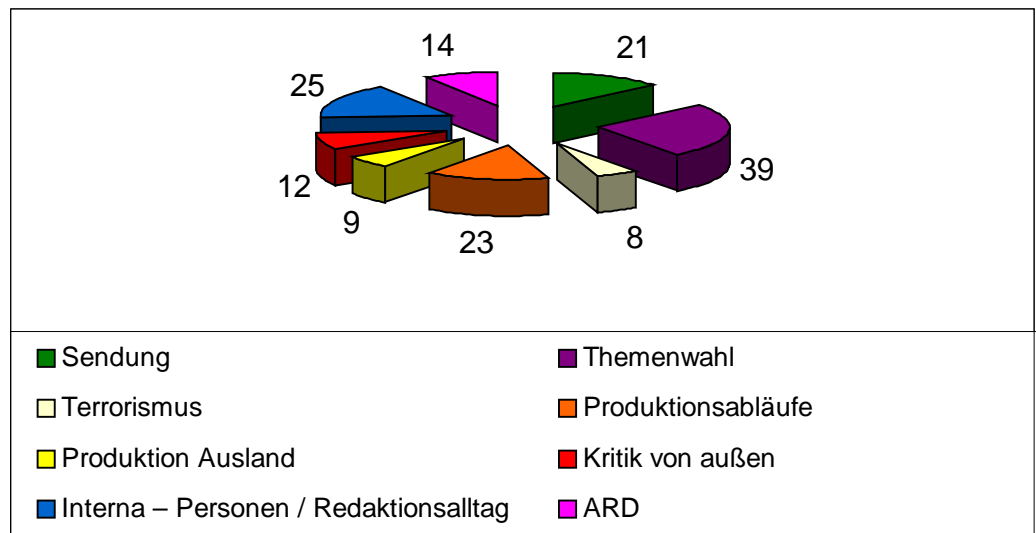
Dennoch lassen sich die einzelnen Beiträge bestimmten Themenkomplexen zuordnen. So wurden folgende Kategorien gebildet:

- Sendung
- Themenwahl
- Terrorismus
- Produktionsabläufe
- Produktion Ausland
- Kritik von außen
- Interna – Personen / Redaktionsalltag
- ARD

Anhand dieser Unterteilung werden in diesem Kapitel die Inhalte der Beiträge wiedergegeben.

Die Abb. 6 stellt dar, wie viele Beiträge den einzelnen Themenkomplexen zugeordnet wurden.

Abb. 6: Aufteilung der Blogbeiträge nach Themenkomplexen (eigene Darstellung):



Am häufigsten wurde über die Themenwahl, die Redaktionsinterna, die Produktionsabläufe und zur Sendung an sich gebloggt.

Die Beiträge zu den Komplexen Produktion, Ausland und Terrorberichterstattung hätten auch mit in die Kategorie Produktionsabläufe, bzw. Themenwahl gepasst, werden jedoch wegen ihrer Besonderheit als einzelne Themenkomplexe behandelt. Im Folgenden wird vor allem untersucht, welche Informationen dem Blogleser durch die Beiträge zugänglich gemacht werden.

5.3.1 Allgemeiner Tenor

Der Tenor der Beiträge ist, wie für ein Blog typisch, unkonventionell. Die Einträge werden „frei von der Leber weg“ (HINRICHS 2007-04-24) geschrieben und von keiner weiteren Person redigiert. So können, neben den zahlreichen Rechtschreib- und Tippfehler, auch mal etwas derbere Ausdrücke zustande kommen. „Haut der uns auf die Fresse! Gottogottogott, sind wir schlechte Menschen“ (GNIFFKE 2007-07-12). So die Reaktion Gniffkes auf Kritik in einer Hörfunksendung (siehe hierzu auch Kapitel 5.3.7). Im nachhinein sehen sich die Chefredakteure sehen durchaus selbstkritisch. „Inhaltlich habe ich nichts zurückzunehmen, das kommt dann aus dem Innersten, wenn man in solcher Verfassung bloggt. Aber stilistisch habe ich zuweilen Unsinn verzapft“ (HINRICHS 2007b).

Mit der „Verfassung“ spielt Hinrichs auf die zum Teil späten Stunden an, in denen die Posts verfasst werden (siehe hierzu auch Kapitel 5.1).

Allerdings weisen die Redakteure darauf hin, die Blogbeiträge nicht mit den Produkten von ‘ARD-aktuell’ zu verwechseln: „Man kann meinen mitternächtlichen Blog-Eintrag gern kritisieren, sollte den aber bitte nicht gleichsetzen mit unserer Berichterstattung“ (HINRICHS 2007-05-10).

Eine Besonderheit des Tenors liegt auch in dem Fachjargon, den die Chefredakteure verwenden. Ganz selbstverständlich wird der Nutzer so in den Slang der Nachrichtenmacher eingeweiht. Neben den sich selbst erklärenden Begriffen wie “die 20Uhr” oder “TT-Beitrag”, werden auch Abkürzungen erklärt. So lernen die Blogleser, dass ein Übertragungswagen “SNG” abgekürzt wird, “PK” Pressekonferenz bedeutet, oder “NiF” für eine kurze Nachricht im Film steht. In seinem Post „Kein Stück aus Israel“ (GNIFFKE 2007-05-03), beschreibt Gniffke was für die ‘ARD-aktuell’ Redaktion ein “Beobachtungsposten” ist. „So nennen wir Themen, die wir im Blick haben und ins Programm nehmen, wenn etwas passiert“ (ebenda). In einem anderen Blogbeitrag erklärt er, dass „noch ein Schuss frei“ (GNIFFKE 2007-03-28) wäre. Damit meint er noch freien Sendeplatz für ein größeres Thema.

5.3.2 Sendung

Unter der Kategorie Sendung wurden vor allem die Beiträge zusammengefasst, die sich mit den festen Bestandteilen der ARD-Nachrichtensendungen befassen und die Fehler beschreiben, die während der Sendungen aufgetaucht sind.

Eine der Eigenheiten in der Tagesschau besteht darin, dass die Sprecher vom Blatt lesen. In seinem Beitrag „Wir lesen vom Blatt – meistens“ (GNIFFKE 2007-06-14) gesteht Gniffke, dass der Teleprompter jedoch durchaus genutzt wird, nämlich dann, wenn eine Eilmeldung während der Sendung die Redaktion erreicht. „Früher wurde in solchen Fällen eine neue Meldung geschrieben und ausgedruckt, und ein flinker Student raste mit dem Zettel ins Studio. Das kostete Zeit, Nerven und eine Menge Geld für die Hilfskräfte. Heute schreibt ein Redakteur die Meldung ins System und speichert sie ab. Sofort kann der Sprecher die Meldung auf dem Monitor sehen, der in den Moderatorentisch eingelassen ist.“ Gniffke ist durchaus bewusst, wie legendär dies Element der Sendung ist, und so fügt er hinzu: „Hoffentlich kratze ich nicht am Mythos Tagesschau, wenn ich dieses kleine Geheimnis hier lüfte. Aber versprochen: der Rest war wie immer vom Blatt“ (ebenda).

Ein weiterer fester Bestandteil der Tagesschau ist der sogenannte Aufsager. „Mit diesem Begriff bezeichnen wir den Auftritt eines Reporters am Ende seines Beitrags, wenn er mit dem Mikrofon in der Hand ein Statement zu seinem Beitrag in die Kamera spricht“ (GNIFFKE 2007-01-08). So erklärt der Chefredakteur eines der „heißesten Eisen“ (ebenda) und gibt zu „...,dass viele Journalisten nicht ungerne vor die Kamera treten. Fernsehen ist nun

mal nicht frei von Eitelkeit. Und schließlich sprechen wir über Auftritte vor rund 10 Millionen Zuschauern“ (ebenda). Allerdings macht er auch deutlich, dass die Redaktion jedes Mal erneut darüber diskutiert, ob ein Reporterbericht einen Aufsager haben soll oder nicht. „Wir haben intern klare Kriterien aufgestellt. Kurz gesagt, soll der Aufsager eine Einschätzung des Reporters über den Sachverhalt ermöglichen, um für die Zuschauer ein Ereignis einzuordnen und die Bedeutung zu erklären. Das ist journalistisches Handwerk. Aber ein schwieriges, denn die Nähe zum Kommentar ist groß. Und kommentiert wird in der Tagesschau nicht“ (ebenda)!

In den Tagesthemen wiederum ist der Kommentar ein fester Bestandteil der Sendung. Jedoch gibt er auch Anlass zu Diskussion. Hinrichs beweist in seinem Post, dass er sehr wohl die Standpunkte des Pro und Contra eines gesprochenen Kommentars ohne zusätzliches Bildmaterial verstanden hat. „Bebildeter Hörfunk sei das und fürs Fernsehen völlig ungeeignet, meinen die Kritiker; unverzichtbarer Bestandteil eines journalistisch anspruchsvollen Formates, sagen die anderen. Klar ist, dass immer ein paar Zuschauer verloren gehen, wenn sich mehr als anderthalb Minuten nicht viel bewegt auf dem Bildschirm“ (HINRICHS 2007-02-09). Trotzdem verteidigt er seinen Standpunkt am Kommentar festzuhalten „Er dient zur Schärfung des Profils und soll den Zuschauern helfen, selbst eine Position zu entwickeln - wie in jeder guten Zeitung“ (ebenda).

Neben den bereits längst etablierten Bestandteilen der Sendungen werden auch die Versuche, neue Darstellungsformen zu integrieren, im Blog beschrieben. „Seit heute morgen reden wir über die Frage, ob wir den Zuschauern wirklich ausreichend deutlich gemacht haben, wer da gerade in Palästina auf wen losgeht. Klar: Hamas und Fatah. Haben wir doch schon zig mal berichtet. Trotzdem habe ich das ungute Gefühl, dass wir es den Leuten mit unseren Berichten gelegentlich noch leichter machen könnten. Deshalb heute also **vor** [im Orig. hervorgehob.] dem Nahost-Beitrag eine ausführliche Erklärung mit Grafik, wer gegen wen kämpft. Vielleicht fiel es den Zuschauern gar nicht so auf, aber für die 20Uhr war es etwas höchst Ungewöhnliches“ (GNIFFKE 2007-06-14).

Die Blogleser werden hier mehrmals direkt gefragt, wie sie die Neuerung gefunden haben. Siehe hierzu auch Kapitel 5.4. Eine andere Darstellungsform, die zwar nicht neu, aber durchaus ungewöhnlich für die Tagesthemen ist, stellt Hinrichs in seinem Beitrag „Russlanddeutsche“ (HINRICHS 2007-08-28) dar. „In den tagesthemen haben wir heute eine Geschichte ausschließlich über O-Töne zu erzählen versucht. Das erfordert viel mehr Arbeit, als eine Story über den Reportertext zu transportieren. Alles muss sauber montiert sein, die Geschichte muss erzählbar und verständlich bleiben, auch ohne Hilfe eines Kommentars der Autoren“ (ebenda).

Mehrmals beschreiben Hinrichs und Gniffke auch Fehler, die während einer Sendung aufgetreten sind, so zum Beispiel bei Tonproblemen. „So etwas wünscht man seinem ärgsten Feinde nicht. In der heutigen 20-Uhr-Ausgabe hörte man auf Position 6 plötzlich ein leises Rauschen, das aber lauter wurde“ (HINRICHS 2007-10-17).

Oder sie weisen auf Fehler bei der Bearbeitung von Sendebeträgen hin. „Es sah alles ganz harmlos aus. Der Aufmacher, der Beitrag aus Peru, lief um 19.53 bei uns ein. Das ist gemessen an vielen anderen Tagen eher komfortabel. Natürlich war allen bewusst, dass der Film noch vor der Sendung in Echtzeit gewandelt d.h. auf das Format 16 : 9 gebracht werden muss. Außerdem wollten wir noch eine Grafik, die bei uns in Hamburg produziert worden war, in das Stück aus Rio (das war der Abspielpunkt) einarbeiten. Normalerweise klappt das auch. Normalerweise“ (GNIFFKE 2007-08-16).

Sie erklären, wie es zu den Fehlern kommen konnte, und legen dar, welche Arbeitsabläufe in solchen Fällen vorgesehen und durchgeführt werden. „Spätestens jetzt muss ein Plan B her. Erfahrene CVDs haben ein Gefühl dafür, ob etwas schief geht. Zumindest im Kopf haben sie eine Alternative parat, falls ein Stück nicht kommt. Oder es gibt schon frühzeitig Indizien, dass etwas unsicher ist. Dann schreiben wir die Alternative gleich in den Sendeablauf rein und setzen die Position so lange auf „Halt“ bis wir wissen, ob es Plan A oder B wird“ (GNIFFKE 2007-05-10).

Trotzdem wird nicht versucht die Fehler zu beschönigen. „Jawohl, gestern ging bei uns eine Ausgabe der Tagesschau ordentlich in die Fritten“ (GNIFFKE 2007-06-07). Oder: „Bei unserer Nachbesprechung jedenfalls hing der Haussegen leicht schief. Und die Sendung, die wir sonst wohl als durchschnittlich gut bewertet hätten, bekommt durch den Fehler am Anfang eher das Prädikat ‚misslungen‘ (GNIFFKE 2007-08-16).

Auch das Vokabular spielt in den Beiträgen immer wieder eine Rolle: Einerseits, wenn die Chefredakteure in ihren Beiträgen Worte verwenden, die aus dem Fachjargon der Redaktion stammen (vgl. Kapitel 5.3.1), und andererseits, wenn in den Nachrichtensendungen verwendete Begriffe geklärt werden.

So wird verdeutlicht, warum es in der Tagesschau Amoklauf und nicht ‚Amokgang‘ oder ‚Amokeinsatz‘ heißt (vgl. GNIFFKE 2007-04-17), oder ab wann eine militärische Auseinandersetzung als Krieg bezeichnet wird (vgl. HINRICHS 2007-04-30). Der Eintrag über die Bezeichnungen Birma, Myanmar und Burma generierte sogar so viele Kommentare, dass Gniffke einen weiteren Beitrag zu dem Thema verfasste, um die Position der Tagesschau, die Birma sagt, zu verteidigen. (vgl. GNIFFKE 2007-09-25 und 2007-09-26; siehe auch Kapitel 5.4.1.2)

Aber auch wenn die Redaktion offensichtlich falsche Bezeichnungen gewählt hat, wird dies im Blog thematisiert. „Wir haben vor kurzem den Vattenfall Europe-Chef zum Europachef gemacht. Klingt logisch, ist aber falsch. Europachef ist der CEO, der Schwede Lars G. Josefsson. Der ist Chef des Ganzen. Der Vattenfall Europe-Chef hingegen ist nicht

gleichzeitig Chef von Vattenfall Nordic und Vattenfall Poland, obwohl das ja auch in Europa liegt. Kleinigkeit? Beileibe nicht“ (HINRICHS 2007-06-29). Der bekannte Blogger Stefan Niggemeier hatte zwei Tage zuvor in seinem Blog bereits auf den Fehler hingewiesen. „Wo sitzen sie, die Fachjournalisten, die nicht in die Falle tappen? In den öffentlich-rechtlichen Nachrichten-Flaggschiffen? Ein schöner Traum. Das „heute journal“ behauptet ebenso, der „Europa-Chef“ sei zurückgetreten, wie viele, viele Ausgaben der ARD-„Tagesschau“ (NIGGEMEIER, 2007). Hinrichs greift diesen Blogeintrag auf: „Unser geschätzter Kollege Stefan Niggemeier hat in seinem gleichnamigen Blog auch prompt drüber geschrieben. [Link zu Niggemeier-Blog; Anm. v. Verf.] Nicht, dass mich das störte, ganz im Gegenteil. Ich finde das klasse, dass uns Journalisten jemand auf die Finger guckt. Ich wäre dann aber viel lieber das Positivbeispiel. Häufig gelingt uns das ja auch, aber diesmal lagen auch wir daneben“ (HINRICHS 2007-06-29).

5.3.3 Themenwahl

Die Aspekte, warum einige Themen in der Tagesschau nicht vorkommen, in welcher Reihenfolge die sendewürdigen Themen gesetzt und wie sie dargestellt werden, werden in diesem Themenkomplex behandelt.

Anhand von neun Beispielen schildern die Chefredakteure, welche Themen in der Tagesschau nicht vorkommen. Damit geben sie gleichzeitig Auskunft darüber, welche Nachrichtenfaktoren gegeben sein müssen, damit eine Meldung in der Tagesschau und/oder in den Tagesthemen gesendet wird.

So gehört „der tragische Tod eines 14-jährigen Jungen“ (HINRICHS 2007-01-03) nicht in eine Nachrichtensendung. „Es gibt keine überregionale Bedeutung, keine gesellschaftspolitische Relevanz, denn dieser Fall ist nicht einzuordnen in die uns allen bekannten Fälle, in denen die Politik unmittelbar reagiert hat. Es ist ein tragischer Unglücksfall, ein tragischer Einzelfall. Eine Nachricht in der tagesschau ist das nicht“ (ebenda).

Eine ähnliche Begründung führt Gniffke im Zusammenhang mit dem Mord an dem neunjährigen Mitja an. „Keine Berichterstattung über einzelne Kriminalfälle, wenn sie denn keine gesamtgesellschaftliche Bedeutung haben. Das klingt herzlos, weiß ich. Aber dem Himmel sei dank gehen die Tötungsdelikte mit Kindern seit Jahren zurück. Eine umfangreiche Berichterstattung über einzelne Fälle erweckt dagegen den gegenteiligen Eindruck“ (GNIFFKE 2007-02-27). Beide verweisen auf die ARD-Boulevardsendung Brisant, in der diese Themen eine Plattform bekommen.

Als Boulevardthema und deshalb ebenfalls nicht der Tagesschau würdig, beurteilt Gniffke auch das Thema Knut. „Ist er nicht süß? Wenn er so tapsig-unbeholfen durch sein Gehege stolpert. Dieses knuddelige kleine Wesen, von der Mutter verstoßen, dem Tode geweiht und dann doch von einem selbstlosen Menschen gerettet. Oh wie wunderbar die Welt doch sein kann! Und diese Knallköpfe von der Tagesschau haben Knut nicht ein

einziges Mal in der 20Uhr-Ausgabe der Tagesschau gezeigt!“ (GNIFFKE 2007-03-30)! Er räumt ein, dass das Thema durchaus Gesprächswert hat und viele Menschen beschäftigt, trotzdem sei es politisch, ökonomisch und wissenschaftlich komplett irrelevant. Und „Gesprächswert und Bildhaftigkeit sind bei uns untergeordnete Kriterien der Nachrichtenauswahl“ (ebenda).

Dennoch kommt es durchaus vor, dass Boulevardthemen in der Tagesschau auftauchen, nämlich dann, wenn sich die Politik äußert. So wie im Fall der Berichterstattung zu Marco. „Wenn ein 13jähriges Mädchen und ein 17jähriger Junge sexuelle Kontakte miteinander haben, ist das kein Thema für die Tagesschau. Wenn der Junge dafür in Haft kommt, immer noch nicht. Wenn die Geschichte diplomatische Verwerfungen auslöst, denken wir zumindest drüber nach. [...] Als sich dann zwei veritable Außenminister zu den Jugendsünden äußerten, war die politische Brücke für das Thema gebaut, und jetzt war es auch in der 20Uhr drin“ (GNIFFKE 2007-06-26).

Die Äußerungen von CSU Spitzenpolitikern und die Vorabmeldungen von seriösen Zeitungen waren ausschlaggebend für eine Meldung über die außereheliche Beziehung von Horst Seehofer. „Die Information über Seehofers Freundin hatten in Berlin viele, auch Kollegen aus der ARD wussten seit langem davon. Aber niemand hat es thematisiert. Jetzt ist diese Beziehung ein Politikum. Deshalb konnte auch die Tagesschau nicht daran vorbei. Ich denke, wir haben einen guten Weg gefunden. Aber eine Sauerei bleibt das Ganze schon“ (GNIFFKE 2007-01-16).

Dass man mit diesen hohen Ansprüchen durchaus auch Probleme haben kann, eine Sendung zu produzieren, zeigt der Beitrag „Verflixt zäher Tag!“ (GNIFFKE 2007-01-10). „Vor ein paar Tagen schrieb Alexander Kühn in seiner TV-Kolumne über das Mysterium, dass auf diesem Planeten ‚täglich exakt so viel passiert, wie in eine abendliche Viertelstunde reinpasst‘. An Tagen wie heute kann so eine Viertelstunde ganz schön lange sein und man muss den Planeten schon ordentlich beackern, um diese Viertelstunde mit gehaltvollen Nachrichten zu füllen“ (ebenda).

Es gibt allerdings auch solche Fälle, in denen die Reaktion bestimmte Themen gern in die Sendung nehmen würde, es aber nicht kann, weil keine aktuellen Bilder vorliegen. So geschehen im Rahmen der Berichterstattung zum Ende der Bundesligasaison. „Gerne hätten auch wir heute zum Bundeligafinale eine Vorausschau gezeigt. Am Ende der Saison noch einmal die letzten Einschätzungen der Trainer von Schalke und Stuttgart, die letzten Trainingsbilder, das hätten wir uns als Schlussstück selbst in der Hauptausgabe um 20 Uhr sehr gut vorstellen können. Auf vielen Kanälen habe ich das gesehen, nur bei uns nicht. Warum? Die Frage ist berechtigt. Verpennt? Nein, es gab keine Töne, keine Bilder von heute. Und zu unseren obersten Leitlinien als Nachrichtensendung gehört die Aktualität. Also haben wir verzichtet. Aus Prinzip“ (HINRICHS 2007-05-19). Er erklärt, dass die beiden Favoriten um die Meisterschaft ein Geheimtraining angesetzt hatten und es deshalb keine aktuellen Bilder gab.

Weshalb in Nachrichtensendungen hauptsächlich negative Meldungen verlesen werden, erklärt Hinrichs in einem seiner Beiträge. „Only bad news is good news! So sieht es fast immer aus in der Nachrichtenwelt. Und es stimmt ja auch: Ganz selten schafft es einmal eine wirklich gute Nachricht in die tagesschau“ (HINRICHS 2007-01-25). Er legt dar, dass es nicht die Aufgabe von Nachrichtenmachern sei zu unterhalten. „Da wir zwischen den Nachrichtenblöcken keine Kaugummis verkaufen müssen oder Waschpulver oder was immer um die Zeit noch gut zu verkaufen ist, können wir anders entscheiden“ (ebenda).

Neben den schlechten Nachrichten gehören auch die sich ständig wiederholenden Themen zum Nachrichtengeschäft. Dass dies vor allem im Fall der Bahn eine Herausforderung ist, schildert Hinrichs in seinem Blogeintrag „Die Bahn nervt“ (HINRICHS 2007-10-23). „Klar, wir haben eine Informationspflicht und viele Menschen sind abhängig von der Bahn. Die erfüllen wir. Wir sind aber auch bestrebt, unseren Zuschauern neue Bilder und alternative Zugänge zu bieten, damit man sich nicht beim Zuschauen langweilt. So langsam aber gehen uns die Ideen aus“ (ebenda).

Dass es generell schwierig sein kann, objektiv über Unternehmen zu informieren, beschreibt Hinrichs ebenfalls im Blog. „Die Firmen wollen Einfluss nehmen auf die Berichterstattung über sie. Und sie machen das immer offensiver. Da muss man sich wehren“ (HINRICHS 2007-07-10)! Er erinnert an den Schleichwerbeskandal der ARD, stellt aber gleichzeitig dar, dass „ARD-aktuell dieser Vorwurf nie zu machen gewesen ist. Es ist schlimm genug, wenn so etwas passiert. In einer Nachrichtensendung wäre der Vorwurf des Werbens für ein Produkt, egal ob schleichend oder offenkundig, tödlich“ (ebenda). Anschließend erklärt er, wie die Firmen dennoch alles versuchen, um die Berichterstattung über sie zu lenken. „Viele Firmen, auch deutsche, sind dazu übergegangen, Kamerateams auf Hauptversammlungen gar nicht mehr zuzulassen. Das macht dann das hauseigene Firmenfernsehen. Schlimmstenfalls machen die auch noch eigene Interviews mit ihren Chefs und bieten diese auf dem Markt an. ARD-aktuell lehnt diese Praxis ab. Wir verlangen immer, mit unseren Kollegen vor Ort zu sein. Wenn das nicht geht, gibt's halt keine Interviews. Das Bildmaterial wird als Firmenmaterial kenntlich gemacht, wenn unsere Kameras nicht zugelassen werden, damit unmissverständlich klar ist für den Zuschauer: Diese Company hat sich selbst gefilmt“ (ebenda)!

Die genaue Prüfung von Material beschränkt sich jedoch nicht nur auf die Unternehmensberichterstattung. Am Beispiel des aufgetauchten Dokuments zum Schießbefehl an der Berliner Mauer beleuchtet Gniffke, wie geprüfte Meldungen sich dennoch als falsch herausstellen können. „Insgesamt muss man wohl einräumen: Die Schießbefehl-Meldung war wirklich kein Ruhmesblatt für uns deutsche Journalisten. So ziemlich alle haben sich darauf verlassen, dass der Fund tatsächlich brandneu ist. [...] Wir hatten drei unabhängige Quellen - darunter immerhin die Birtler-Behörde. Aber was

willst Du überhaupt noch melden, wenn drei Quellen nicht genug sind?“ (GNIFFKE 2007-08-14) Die Antwort gibt er sich selbst, indem er darauf hinweist, dass die Redaktion gewarnt wäre, noch vorsichtiger mit Sensationsfunden und Enthüllungen umzugehen.

Fünf der insgesamt 36 Beiträge zum Themenkomplex Themenwahl beschäftigen sich mit der Frage, in welcher Reihenfolge die verschiedenen Meldungen in der Sendung auftauchen.

Angeregt durch Zuschauerkritik rechtfertigt Gniffke, warum in der Tagesschau vom 19. Mai 2007, vor der Meldung über den Anschlag auf deutsche Soldaten in Kundus, Bilder des neuen deutschen Fußballmeisters zu sehen waren. „Ich gebe zu: Mir war zuerst auch nicht ganz wohl dabei. Kann man erst Männer in kurzen Hosen ausgelassen feiern lassen und dann die Todesopfer von Kundus melden? Ich kann verstehen, dass sich Menschen durch diesen Aufbau gestört oder sogar verärgert fühlen. [...] An jedem anderen Bundesliga-Spieltag wäre es überhaupt kein Problem gewesen, die Fußball-Berichterstattung getrost ans Ende zu setzen. Aber die Entscheidung in der Deutschen Meisterschaft? Wir wissen, dass das für Millionen von Menschen **die** [im Orig. hervorgehob.] Nachricht des Tages ist“ (GNIFFKE 2007-05-22). Er verweist auf die anderen politischen Meldungen in der Sendung und stellt die Lösung der Redaktion schließlich als die noch beste unter schlechten Möglichkeiten dar.

Dies war nicht die einzige Kollision von Politik und Fußball. Auch im Fall der Entlassung von FC Bayern München Trainer Felix Magath und den neuen Entwicklungen im Fall Khaled al-Masri musste die Redaktion abwägen. „Ist doch ganz einfach. ARD aktuell macht Nachrichtensendungen. Nachrichten, das sind Ereignisse in Politik, Wirtschaft, das sind neueste Errungenschaften der Wissenschaft; wenn man politisch korrekt sein will, vielleicht noch mal was Nettes aus der Kultur. Aber Sport?!- Also bitte! Dafür gibt es doch Sportsendungen! Leider ist es nicht so einfach“ (HINRICHS 2007-01-31). Hinrichs macht weiter deutlich, dass Sport, vor allem Fußball, ein gesellschaftlich relevantes Thema sei und deshalb seinen Platz in einer Nachrichtensendung hätte. Er sagt aber auch, dass der Fall Khaled al-Masri letztendlich einen höheren Nachrichtenwert und deshalb Vorrang hat.

Doch nicht nur theoretische Aspekte spielen bei der Reihenfolge der Themen eine Rolle. Auch ganz praktische Faktoren können ausschlaggebend dafür sein, dass beispielsweise der Aufmacher einer Sendung kurzfristig geändert wird. So wurde auch die Nachricht über die im März gefangen genommenen britischen Soldaten kurzfristig an den Anfang der Sendung gestellt, weil in letzter Minute noch neue Fernsehbilder auftauchten. „Unser Londoner ARD-Studio war natürlich schon den ganzen Tag über an dem Thema dran. Blairs scharfe Reaktion hat dem Fall zusätzliche Brisanz gegeben. Aber für den Aufmacher hatte es zunächst unserer Meinung nach nicht gereicht. Mit dem Stück, in dem die

Aufnahmen aus dem iranischen Fernsehen eingearbeitet sind, ändert sich das“ (GNIFFKE 2007-03-28).

Neben Bildern, die sogar den Sendeablauf ändern können, gibt es auch Sequenzen, die in den Nachrichtensendungen bewusst weggelassen werden. So geschehen im Fall des Amokläufers Cho Seung Hui, der in Blacksburg/USA 32 Menschen tötete. Das ‚Bekenner-Video‘, das der Schütze selbst an die Medien geschickt hatte, wurde nur als Standbild gesendet. Gniffke macht deutlich, dass es durchaus auch Argumente für die Ausstrahlung des Videos gab. Doch „Für uns überwiegen die Argumente dagegen. Mit dem Video versucht der Täter sich selbst zu inszenieren, so wie auch seine Tat eine „Inszenierung“ ist. Damit möchte er seine Bedeutung steigern, und wir sollen daran mitwirken. Tun wir aber nicht. Vor allem deshalb nicht, weil uns klar ist, dass solche Videos garantiert Nachahmer auf den Plan rufen“ (GNIFFKE 2007-04-20).

Ähnlich verfährt die Redaktion mit dem Video, welches die Hinrichtung Saddam Husseins zeigt. Weil der Zeitpunkt der Veröffentlichung des Videos noch ins Kinderprogramm fiel, wurde am Vormittag lediglich die Vorführung Husseins am Ort der Exekution gezeigt. Auf die Bilder vom Umlegen der Schlinge wurde bewusst verzichtet. „Als dies dann am Nachmittag und am Abend in der Tagesschau zu sehen war, hat dieses Bild viele Zuschauer erschreckt und angewidert. Dennoch hielten wir dieses Zeitdokument für sendbar, auch wenn einige in der Redaktion bereits hier lieber früher aus den Bildern ausgestiegen wären. Keinesfalls aber wären wir weitergegangen. Darüber herrscht auch heute bei ARD-aktuell Konsens: Die Würde des Menschen ist unantastbar - das gilt auch für einen Diktator, mag er noch so verabscheuungswürdig gewesen sein. Den Moment seines Todes zeigen wir nicht“ (GNIFFKE 2007-01-02)!

5.3.4 Terrorismus

Ein weiteres schwieriges Thema, mit dem sich die Redakteure im ‚blog.tagesschau.de‘ auseinander setzten, ist die Berichterstattung zum Terrorismus. In acht Beiträgen stellen sich Gniffke und Hinrichs vor allem die Frage, wie man über Terroristen berichtet, ohne sie indirekt zu unterstützen. Am Ende wird deutlich, dass es immer die Einzelfälle sind, die bewertet werden müssen.

So auch im Fall der entführten Deutschen Hannelore Krause geschehen, indem die Redaktion von ihrem eigentlichen Standpunkt abweicht, keine Geiselveideos zu senden, sondern nur Standbilder. „Es wird mehr und mehr eine Gratwanderung. Auch heute haben wir uns die Entscheidung nicht leicht gemacht. Wichtig war für uns, dass die getätigten Aussagen ohne unmittelbaren Zwang zustande kamen. Es war die Entscheidung von Hannelore Krause zu reden, auch in deutscher Sprache zu reden. Sie tat dies vor Kollegen des arabischen Fernsehens, nicht vor den Kameras von Terroristen“ (HINRICHS 2007-07-12). So erklärt Hinrichs die Entscheidung doch das laufende Bild zu senden. Im zweiten Beitrag, den

Gniffke zu diesem Thema verfasst, nimmt er Stellung zum gesendeten Aufruf Hannelore Krauses an die Entführer ihres Sohnes. „Zunächst einmal handelt es sich um ein freiwillig aufgezeichnetes Video von Hannelore Krause, das nicht unter Zwang von Entführern zustande gekommen ist. Von daher kein Problem. Jetzt kommt die moralische Komponente: Natürlich richtet sich die Mutter an die Entführer ihres Sohnes. Können wir der Frau, die in Angst um das Leben des jungen Mannes ist, den Wunsch nach Veröffentlichung abschlagen? Schließlich sind wir keine Abspielstation für den Dialog mit Entführern. Ja, wir können, aber ich sage dazu, dass man dadurch moralisch ganz schön in Schwulitäten kommt“ (GNIFFKE 2007-07-17). Gniffke räumt ein, dass das Video nicht unbedingt Nachrichtenwert hat. „Wir haben bisher ausführlich berichtet. Jede neue Wendung ist uns sicher eine Meldung wert. Aber ist der Aufruf der Mutter eine „neue Wendung“. Hier kommen die Zweifel her. In der Abwägung aller Faktoren aber sind wir zum Ergebnis gekommen, dass wir den Aufruf von Hannelore Krause senden“ (ebenda).

Viel strikter geht die Redaktion, laut Hinrichs, allerdings mit von den Terroristen gedrehten Videos um. „Solche Tage sind bitter. Du kommst in die Redaktion und spürst die gedrückte Stimmung. Am Morgen war ein Entführungsvideo aufgetaucht. Jedem, der das gesehen hatte, war es nahe gegangen: Das Entführungsvideo zeigt zwei Menschen in größter Not, flehentlich um Hilfe bittend. Wir haben schnell entschieden, das Video inklusive Ton nicht zu zeigen. Zu perfide, zu grausam, zu erschütternd. Vor allem aber wollen wir nicht das Geschäft der Entführer besorgen. Wir haben es bei Standbildern belassen, die nur eines sollen: informieren“ (HINRICHS 2007-03-10). Auch was die Information ist, gibt Hinrichs an. „Zur Information gehört, das Symbol der Entführungsgruppe zu zeigen, die Gruppe selbst, alles jeweils als Standbild und auch die zwei Entführten“ (ebenda). Er betont, dass so keine weitere Emotionalisierung zustande kommt und dies nur den Terroristen helfen würde. Zum Schluss verweist er noch auf die Entführung von Hans-Martin Schleyer. „Ein sehr geschätzter Kollege erzählte mir heute, dass das Schleyer-Entführungsvideo damals im öffentlich-rechtlichen Fernsehen gezeigt wurde. [...] Damals also hatte die Redaktion entschieden, die bewegten Bilder zu zeigen. Heute ist die Welt anders, die mediale ganz besonders“ (ebenda).

Eine, von der medialen Welt bestimmten, Schwierigkeiten schildert Gniffke in seinem Post „Nutzt die Tagesschau den Terroristen?“ (GNIFFKE 2007-05-21). Nachdem Bilder eines Anschlags in Kundus in den Nachrichtensendungen gesendet wurden, berichtet er von der Vermutung, Attentäter hätten Kamerteams afghanischer Sender zum Ort des geplanten Anschlags bestellt. Gniffke erklärt wie die ARD an die Bilder gekommen ist, und räumt ein: „Sollte sich das bewahrheiten, hätten einmal mehr die Terroristen die Medien vor ihren Karren gespannt, damit sie die psychische Wirkung der Anschläge in alle Welt verbreiten. Und die Tagesschau wäre Teil davon. Wenn ich ehrlich bin, kann ich das nicht ausschließen“

(ebenda). Allerdings macht er auch deutlich, dass es praktisch keine Alternative zur Berichterstattung gibt. „Die Alternative wäre höchstens, solche Anschläge zu verschweigen. Das ist mit unserer Auffassung von Nachrichten nicht zu vereinbaren“ (ebenda). Es komme aber auch immer darauf an, welche der zur Verfügung stehenden Bilder die Redaktion auswählt. „Wenn ich das Ausmaß eines Bombenanschlags zeigen möchte, das Leid, die Zerstörung, die Brutalität und die Fassungslosigkeit, muss ich nicht herumliegende Gliedmaßen oder abgerissene Köpfe zeigen“ (ebenda). Die Nachrichtenredaktionen sind jedoch durchaus bereit Signale an die Entführer zu senden. Dies zeigt der Beitrag „Appell des Bundespräsidenten“ (HINRICHS 2007-03-14). Hinrichs schildert hier wie „Die guten Kontakte unserer Leute in Berlin und Kairo mit arabischen Kollegen“ geholfen haben, „...dass der Appell des Bundespräsidenten die arabische Welt erreicht hat. Ob die Geiselnnehmer tatsächlich Al Dschasira schauen, wissen wir nicht. [...] Aufgabe von Journalisten ist es jeden Tag, Menschen zu informieren. Wenn heute auch ein paar Geiselnnehmer darunter waren, würde mich das sehr freuen“ (ebenda).

5.3.5 Produktionsabläufe

Häufig behandeln die Beiträge Themen zum Produktionsablauf. Es wird erklärt, welche Arbeitsabläufe nötig sind, bevor ein bestimmter Beitrag auf Sendung geht.

Die Redakteure gehen aber auch darauf ein, was diese Abläufe stören kann. Beispielsweise wenn kurz vor Sendebeginn eine Eilmeldung die Redaktion erreicht. „Das lässt keinen kalt. Ein Busunfall in Deutschland, erst werden sieben Tote gemeldet, dann elf, schließlich 13. Wichtig ist, jetzt richtig zu berichten. Sachlich, fundiert, zuverlässig. Die endgültige Zahl wird erst wenige Minuten vor der tagesschau um 17 Uhr bestätigt. Wir geben sofort einen Crawl raus, also ein Schriftband und weisen auf die anschließende Sendung hin. Der Zuschauer will jetzt gerade von uns und vor allem sofort informiert werden. Dennoch gilt der Grundsatz: Zuverlässigkeit vor Schnelligkeit. Die Chefs vom Dienst hatten heute genau zwei Sekunden, um abzuwägen, was getan werden sollte“ (HINRICHS 2007-06-19). Hinrichs beschreibt weiter, welche technischen und logistischen Herausforderungen eine solche Nachricht darstellt, und erklärt, welche Position innerhalb der Redaktion wie gefordert wird.

Zur Berichterstattung über den G8-Gipfel verfasste Hinrichs gleich zwei Posts. Er schildert darin, wie sich ‘ARD-aktuell’ auf das Ereignis vorbereitet und von wo aus gesendet wird. „Für die Produktionskollegen war das eine Mammutaufgabe. Möglichst günstig sollten möglichst perfekte Produktionsbedingungen geschaffen werden, um optimal berichten zu können“ (HINRICHS 2007-06-05). Er rechtfertigt, weshalb es wichtig ist, bei solch einer Veranstaltung vor Ort zu sein, macht jedoch gleichzeitig deutlich, dass es keine Geldverschwendung sein soll. „Aufwand und Nutzen müssen immer im Verhältnis stehen. Gerade als öffentlich-rechtlicher

Verein müssen wir das strengstens im Auge behalten. Es sind Gebührengelder, die wir ausgeben. Letztlich dürfen wir aber aus demselben Grund nicht aus ökonomischen Erwägungen journalistisch sinnvolle Anstrengungen unterlassen. [...] Der Zugang zu potentiellen Gesprächspartnern ist einfacher. Die Authentizität der Präsentation ist ein Wert an sich. Wir wollen, dass unsere Zuschauer verstehen, was in Heiligendamm vor sich geht. Je näher man rankommt an den Ort des Geschehens, desto mehr können wir transportieren“ (ebenda).

In „Wie kommt Condie in die tagessthemen?“ (HINRICHS 2007-01-17), legt der zweite Chefredakteur zunächst dar, welche Anstrengungen nötig sind, um eine amerikanische Außenministerin zum Interview zu bekommen, und deutet an, welche Fäden im Hintergrund gezogen werden müssen. „Man braucht immer ein wenig Glück. Es ist schon so, dass die amerikanische Botschaft darauf achtet, dass die politischen Größen des Landes nicht ausschließlich in einem System auftauchen. So war Rice vor gar nicht allzu langer Zeit im Zweiten. Eberhard Piltz ‚hatte‘ sie, der amerikanische Korrespondent der Kollegen vom ZDF. [...] Wir profitieren von den exzellenten Kontakten unseres Anchors, Tom Buhrow. Bis Ende August war er unser Studioleiter in Washington, D.C., das hilft natürlich. Ohne Kontakte bist Du gar nichts in der Branche, ohne herzeigbares Format freilich auch nicht“ (ebenda).

Zu diesem Zeitpunkt konnte Hinrichs noch nicht wissen, dass er noch zwei weitere Blogeinträge zum Thema „Condie“ verfassen würde: Den ersten Eintrag, als die Außenministerin das Interview wegen des Sturms Kyrill absagen musste und den zweiten Eintrag, als das Interview dann eine Woche später doch noch stattfand. Allerdings passte der kurzfristige Termin nicht wirklich in die Sendeplanung der ARD. „Unser Problem: Wir hatten keine Sendung dafür! Nein, natürlich gibt es jeden Tag tagessthemen, selbst an Weihnachten und Ostern. Am Freitag aber war die Eröffnung der Bundesliga-Rückrunde, und wir waren deswegen mit einer Kurzsendung in die Pause gerutscht“ (HINRICHS 2007-01-29). Zur Lösung des Problems, so Hinrichs, gab es „Ein Gespräch mit dem Politikkoordinator der ARD, ein Telefonat desselben mit dem Programmdirektor und schon lag die ebenso pragmatische wie konsequente Lösung auf dem Tisch: zwei Sendungen“ (ebenda).

Dass die ARD-Programmleitung nicht immer so großzügig mit der Vergabe von Sendezeit ist, machen Gniffke und Hinrichs in drei Posts deutlich. Die Chefredakteure bemängeln hier vor allem, dass sie in manchen Fällen gern mehr Zeit für entweder eine genauere Erläuterung von Sachverhalten oder für mehr Nachrichten hätten. „Die tagesschau ist jeden Tag fünfzehn Minuten lang. Die Nachrichtenlage hält sich nicht immer daran, aber viel mehr als sechs Beiträge der üblichen Länge von 90 Sekunden passen nicht rein. Das wissen die Politiker. Die tagesschau wird auch dann nicht länger, wenn die Politiker Reformen beschließen, die beim besten Willen

nicht in 90 Sekunden erklärt werden können. Heute war so ein übler Tag: Heute war Gesundheitsreform“ (HINRICHS 2007-02-02).

Das Abwägen, ob eine Nachricht länger wird und dafür eine andere Meldung wegfällt, ist jedoch nicht das einzige Problem, welches im Rahmen der Produktionsabläufe auftaucht. Unter der Überschrift „Wer macht das Stück“ (GNIFFKE 2007-07-21) beschreibt Gniffke die Vorteile, aber auch die Nachteile, die das Föderale System der ARD mit sich bringt. „Durch die 9 Landesrundfunkanstalten sind wir in allen Regionen Deutschlands bestens vertreten, und die Reporter kennen sich in ihrem Sprengel verdammt gut aus. Das macht uns das Leben leicht, solange ein Ereignis nur an einem Ort spielt. Wenn sich aber ein Ereignis nicht an die ARD-Grenzen hält, kriegen wir so manche aparte Diskussion um die Frage: ‚Wer macht das Stück?‘“ (ebenda). Gniffke macht keinen Hehl daraus, dass diese Entscheidung mit viel Ärger verbunden sein kann. „Dann gibt’s mitunter eine hübsche Keilerei der betreffenden Landesrundfunkanstalten, bei der wir als Zentralredaktion nicht selten den Schiedsrichter geben dürfen. Ich brauche nicht zu sagen, dass Schiris meist die unbeliebtesten Zeitgenossen im Stadion sind. [...] Wir bitten dann die betreffenden Häuser, die Sache untereinander zu klären, was längst nicht immer klappt“ (ebenda). Wenn es nicht klappt, so Gniffke, entscheiden die Chefredakteure, wer den Beitrag produziert, und versuchen dabei ausgewogen zu entscheiden. „Kurzfristig haben wir dafür fast immer den Ärger. Aber das ist der Preis, den wir für die ARD wohl zahlen müssen“ (ebenda).

Neben den unerwarteten Meldungen, auf die man sich nicht vorbereiten kann, und den Beiträgen, die eine lange Vorlaufzeit benötigen, gibt es eine Art von Nachricht, die schon vor der eigentlichen Meldung fertig ist: Der Nachruf. Auch dieses ‚Geheimnis‘ wird im ‚blog.tagesschau.de‘ gelüftet. Im Beitrag „Heino lebt!“ (GNIFFKE 2007-10-05) reagiert Gniffke auf die Schlagzeile von ‚bild.t-online.de‘ „ARD arbeitet schon an Heinos Nachruf!“ (BILD online 2007). Er stellt klar, dass diese Meldung falsch sei denn „Heinos Nachruf ist längst fertig!“ (GNIFFKE 2007-10-05). Und er, erklärt weiter „Mir ist es wichtig, dass solche Filme, die das Lebenswerk eines Menschen würdigen sollen, nicht aus eilig gesammelten Fakten zusammengenagelt werden“ (ebenda). Er sei sich sicher, dass jedes Medium über ein solches Archiv verfügt, und stellt zum Schluss noch die Tatsache fest, dass der Autor des Bild-Online-Artikels aus dem Blog zitiert hat. „Interessant aber finde ich, dass der Autor der ARD-Heino-pietätlos-Skandalgeschichte, aus einem blog-Eintrag von mir aus dem April zitiert. Eidaschauher: Bild liest blog.tagesschau.de - das ist doch mal ein Anfang“ (ebenda).

5.3.6 Produktion Ausland

Insgesamt neun Beiträge behandeln die Zusammenarbeit mit den Auslandskorrespondenten und die Bedingungen, unter denen diese arbeiten. Angeregt durch viele Zuschauerfragen, erklärt Chefredakteur Hinrichs in seinem Post „Wann sollen Journalisten ihr Leben riskieren?“ (HINRICHS 2007-01-11) weshalb die ARD nicht aus Bagdad, sondern aus Kairo über die Lage im Irak berichtet. „Aus Sicherheitsgründen hat die ARD entschieden, angesichts der Leib und Leben bedrohenden Lage in Bagdad zur Zeit keine Korrespondenten vor Ort einzusetzen“ (ebenda) Er erklärt, dass es aus finanzieller Sicht nicht möglich ist, „in jedem Land der Erde ein Studio permanent vorzuhalten“ (ebenda), und schildert die Zusammenarbeit mit Einheimischen vor Ort. „Die Kollegen berichten seit vielen Jahren aus der arabischen Welt, von Libyen bis zum Sudan, von Oman bis nach Syrien. Sie sprechen die Sprache und pflegen den persönlichen, vertrauensvollen Kontakt zu einheimischen, irakischen ARD-Mitarbeitern vor Ort, sogenannten Stringern“ (ebenda)

Ein weiterer Beitrag zeigt ebenfalls die Gefahren auf, mit denen sich Auslandskorrespondenten konfrontiert sehen. Als der Moskaukorrespondent Stephan Stuchlik während einer Demonstration von russischen Sicherheitskräften verprügelt und anschließend festgenommen wird, schreibt Hinrichs: „Es hat uns sehr zornig gemacht“ (HINRICHS 2007-04-17). Er lobt den Korrespondenten, „weil er völlig unaufgeregt sachlich und nüchtern das Bild journalistisch zu Ende zeichnete, das sich da auftat“ (ebenda), und verteidigt die Bilder des Übergriffs gesendet zu haben. „Wir haben den Kollegen Stuchlik gebeten, die Bilder zu zeigen, weil sie dokumentieren, wie schwierig die Arbeit in Russland geworden ist. Die Zuschauer müssen das wissen, aber auch die Politiker, wenn sie demnächst wieder am Verhandlungstisch sitzen“ (ebenda).

In dem Beitrag „Chinesische Spiele“ (HINRICHS 2007-08-07) wird Hinrichs in diesem Punkt noch etwas deutlicher. Zunächst betont er, die Redaktion will „China zeigen wie es wirklich ist. Die guten und die schlechten Seiten“ (ebenda). Dann aber verweist er auf einen Tagesthemenbeitrag über „die Geschichte eines Aids-Aktivisten, der unter Hausarrest steht.“ Er erklärt dann „Der Protest gegen das riesige Staudammprojekt und das Schicksal des Umweltaktivisten Fu Xiancai hat uns vor Augen geführt, wie gefährlich Regimekritik in China sein kann.“ (ebenda), um am Ende des Posts wieder auf die Verantwortung der Politik zu verweisen: „Am Monatsende reist Angela Merkel nach China. Jetzt müssen wir Journalisten das Land erklären und auf die Punkte hinweisen, die noch besser werden müssen. Ich hoffe, dass dabei viele mithelfen“ (ebenda).

Drei Beiträge in der Kategorie Produktion Ausland handeln von den technischen und infrastrukturellen Problemen in manchen Auslandsstudios.

Denn, so Gniffke, „...einen Korrespondenten am Ort des Geschehens zu haben, heißt noch nicht zwangsläufig, auch Berichte zu bekommen“ (GNIFFKE 2007-07-10).

Er erklärt, dass die Redaktion in diesen Fällen sehr flexibel reagieren können muss. Denn bis zuletzt kann nicht darauf gebaut werden, dass Leitungen zustande kommen oder keine sonstigen technischen Probleme auftauchen. So wie im Fall des Afghanistankorrespondenten Armin-Paul Hampel. „Was dann kam, war schwarz, nichts auf dem Band, kein Bild, kein Ton. Paule war nach der Anstrengung natürlich am Boden zerstört, der CvD hier in Hamburg hatte plötzlich ein Loch in der Sendung, und wir waren einfach nur traurig“ (HINRICHS 2007-03-07).

In den Posts „Simbabwe“ (HINRICHS 2007-08-22) und „Weiße Flecken“ (HINRICHS 2007-05-17) erklärt Hinrichs, weshalb einige Länder so selten in den Nachrichtensendungen auftauchen. „Es gibt kaum noch weiße Flecken auf der Weltkarte - Länder oder Orte, die für unsere Korrespondenten nicht erreichbar sind. Sie machen eigentlich alles möglich, was möglich ist. Und doch, hin und wieder stoßen wir an unsere Grenzen. Sei es, weil es einfach zu gefährlich ist, sei es, weil die jeweilige Regierung uns nicht hinein lässt in ihr Land“ (ebenda).

5.3.7 Kritik von außen

Unter der Kategorie „Kritik von außen“ wurden jene Blogeinträge gefasst, in denen sich Gniffke und Hinrichs vor allem mit Kritik aus den Medien befassen.

Gleich drei Beiträge drehen sich um das Hörfunkfeature „Die Tagesshow oder die Welt in 15 Minuten“ (VAN ROSSUM 2007), das später auch als Buch unter dem Titel „Die Tagesshow – Wie man in 15 Minuten die Welt unbegreiflich macht“ (VAN ROSSUM 2007a) veröffentlicht wurde. Zwei Tage nach Sendetermin des Hörbeitrags schreibt Gniffke dazu in seinem Post: „Heute habe ich das Manuskript einer Hörfunksendung gelesen, die sich dieser Tage mit der Tagesschau beschäftigt hat. Herbergsvater, sind wir da verprügelt worden! [...] Über handgestoppte 28 Manuskriptseiten weist er uns nach, dass wir imperialistische Kriegstreiber, Büttel des Großkapitals, elende Ami-Schergen und fußballgeile Quotenhuren im chauvinistischen Vollrausch sind. Und überhaupt irgendwie die letzten Penner“ (GNIFFKE 2007-07-12). Er geht zunächst nicht näher auf den Inhalt ein, setzt aber einen Link auf das Feature. Drei Monate später äußert sich Gniffke dann zum Buch. Auf welches diesmal nicht verlinkt wird denn, „...wir sind ja keine Verkaufsveranstaltung“ (GNIFFKE 2007-10-19). In sieben Punkten (der Titel, die These, die Zuschauer, die Mitbewerber, die Fehler, die Umgangsformen und Selbstzweifel) gibt er den Inhalt aus seiner Sicht wieder und verdeutlicht dabei, dass er mit den Erkenntnissen des Autors nicht übereinstimmt. Zu den Fehlern im Buch schreibt er: „Kardinalfehler scheint mir zu sein, dass der Autor sich seine These keinesfalls durch eine

differenzierte Betrachtung der Realität kaputt machen lassen will. Was nicht ins Argumentationsraster passt, wird ordentlich zurecht gebogen. Kostprobe: ‚Konsequent wird das wahre Ausmaß der katastrophalen Folgen dieses Krieges für den Irak, für die Region und für die Stabilität der Weltpolitik ausgeblendet.‘ Das ist schlicht falsch. Ebenso wie ganz einfache Dinge wie etwa die Aussage des Autors, dass ARD-aktuell das ARD-Morgenmagazin produziert“ (ebenda). Auch mit der generellen Umgangsform zeigt sich Gniffke nicht einverstanden. „Dass sich jemand, den wir willkommen heißen und mehrere Tage an unserer Arbeit haben teilhaben lassen, über das Äußere unserer Redakteure mokiert und sie sarkastisch öffentlich zur Sau macht - sorry, das ist nicht meine Welt. Ich schreibe doch auch nicht, ob jemand, der bei uns recherchiert, schwarze Fingernägel hat, aus dem Mund riecht oder bei unserer Konferenz eindöst. Wer so etwas tut, der sucht nicht wirklich die ernsthafte Auseinandersetzung, sondern will diffamieren, und zwar um jeden Preis“ (ebenda).

Trotzdem macht Gniffke in diesen und anderen Posts deutlich, dass man gern jeden in der Redaktion recherchieren lässt. „ARD-aktuell ist ein offenes Haus. Viele Menschen zahlen Gebühren um dieses Nachrichtenzentrum am Laufen zu halten. Deshalb sehe ich es als selbstverständlich an, dass wir uns in die Karten gucken lassen. Deshalb haben wir dem Kameraden vom Radio damals ebenso wie dem Spiegel-Kollegen heute alle Büros gezeigt, alle Fragen beantwortet und an sämtlichen Diskussionen teilhaben lassen - die Basis für eine ordentliche Recherche. Kritik müssen wir aushalten und durch unsere tägliche Arbeit widerlegen. ARD-aktuell hat nun mal keinen Pressesprecher. Für mich bedeutet größtmögliche Transparenz die beste Öffentlichkeitsarbeit“ (GNIFFKE 2007-09-18).

Auch im Rahmen der Digitalisierungsdebatte verteidigt Gniffke die ARD. Er analysiert die in der Printpresse veröffentlichten Artikel zu dem Thema und hält dagegen. „Nicht wir wollen eine Zeitung machen, sondern große Medienhäuser drängen in den Markt mit Bewegtbildinhalten. Dagegen ist nichts einzuwenden. Aber man möge uns bitte nicht vorwerfen, dass wir weiterhin einfach nur unsere Arbeit machen. Und das bedeutet, den Menschen auch in der digitalen Welt ein verlässlicher Partner in Sachen Information zu bleiben - auf dem PC, dem Mobiltelefon und vor allem im TV“ (GNIFFKE 2007-07-03).

Ein weiterer Kritikpunkt der Medienjournalisten, zu dem der Chefredakteur Stellung nimmt, sind die Programmhinweise in den Nachrichtensendungen. Gniffke gibt zu, dass der Programmhinweis auf die Sendung ‚Sabine Christiansen‘ durchaus „ein Grenzfall“ (GNIFFKE 2007-03-21) ist. Er macht aber auch deutlich, dass die Redaktion eine klare Haltung zu dem Thema hat. „Aber wenn wir aufgrund unserer journalistischen Bewertung ein Thema in der Sendung haben, zu dem es in der ARD weiterführende Informationen gibt (etwa in Politikmagazinen), ist überhaupt nichts

Anrühiges daran, auf diese Sendung hinzuweisen. Problematisch wäre es, ein Thema nur in die Nachrichten zu heben, um den Hinweis zu verpacken“ (ebenda).

Auch eine Studie zur „Veränderung der Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische Praxis in Deutschland“ (RUHRMANN 2007), lässt Gniffke „im Urlaub vor Schreck fast die Zeitung aus der Hand fallen“ (GNIFFKE 2007-05-30). Auftraggeber der Studie ist das ‚Netzwerk Recherche‘, dem Gniffke einen „exzellenten Ruf“ (ebenda) attestiert. Allerdings bemängelt er, dass die Tagesschau nicht von der, in der Studie festgestellten Boulevardvisierung der Fernsehnachrichten, ausgenommen wurde. „Mann, Mann, Mann, habe bis eben die 95-Seiten-Schwarte durchgesehen. Kein einziger Beleg für Seichtes, Boulevardeskes oder Unpolitisches in der Tagesschau“ (ebenda). Er bedauert, dass dieser Aspekt in der Pressemeldung nicht differenzierter dargestellt wurde und denkt bereits an die Folgen. „Ganz viele Zeitungen haben die Meldung aufgegriffen und nachgedruckt. Und in allen künftigen Podiumsdiskussionen wird es mir entgegenschallen, dass jetzt der wissenschaftliche Nachweis für den Verfall der Tagesschau geführt sei. Da kann ich mir dann den Mund fusselig reden, man möge doch mal die Studie genau lesen ...“ (ebenda).

5.3.8 Interna

Personalien, Redaktionsalltag und betriebsinterne Freizeitgestaltung, das sind die Themen, die unter der Kategorie Interna zusammengefasst wurden. Vor allem die Personalien wurden von den Chefredakteuren immer wieder im Blog thematisiert.

Allen voran die Debatte um die Nachfolge von Sabine Christiansen. Dabei wollte Gniffke eigentlich nichts „...über die zahllosen Berichte [...] d.h. über all die atemberaubenden Personalspekulationen, denen man in dieser Woche ja kaum noch aus dem Weg gehen kann“ (GNIFFKE 31-01-2007) schreiben. Knapp eine Woche vor Verkündung der Entscheidung tut er es dann aber doch und wundert sich über die „Rochaden, Revirements und Ranküne“ (ebenda). Er hält der Presse die spekulative Berichterstattung vor und zeigt gleich, wie es seiner Meinung nach richtig geht. „So eine Berichterstattung könnte aber auch ganz einfach sein. Etwa so wie in der Tagesschau. Einfach nur das sagen, was man sicher weiß. Und dann aber auch sagen, dass man möglicherweise zu einem Ereignis noch keine näheren Informationen hat. Und unsere Quelle nennen wir auch. Meistens haben wir mehrere Quellen recherchiert. Und das Spekulieren überlassen wir anderen“ (ebenda).

Zur berühmtesten Personalspekulation hatte sich Gniffke allerdings bereits vor diesem Blogeintrag geäußert. Als Anfang Januar klar wurde, dass Günter Jauch nicht Nachfolger von Sabine Christiansen werden würde,

bloggte Gniffke über die anschließende Berichterstattung. „Ein Thema hatten heute alle: die Absage von Günther Jauch an die ARD. Meine Herren, da ist ja heute wirklich alles dabei. Von der sachlichen Darstellung über die differenzierte Analyse bis zum Verriss. Manche haben den Dreschflügel ausgepackt und einige kübelweise Häme ausgekippt“ (GNIFFKE 2007-01-12). Er gesteht „...ein Ruhmesblatt ist die ganze Aktion nicht gerade - das kann wohl jeder ARD-Mitarbeiter sagen ohne illoyal zu sein“ (ebenda). Trotzdem würde die Tagesschau über den Sachverhalt berichten. Zwölf Tage später greift Gniffke das Thema in seinem Post „Proporz in der ARD“ (GNIFFKE 2007-01-24) wieder auf. Diesmal lässt er deutlicher erkennen, was er über die Gründe zur Absage von Jauch denkt. „Wenn man - wie Jauch - annimmt, dass diese Chefredakteure [der ARD d. Verf.] schon bei einer Talkshow ständig reinreden wollen, müsste man ja wohl davon ausgehen, dass sie bei der Tagesschau, die täglich doppelt so viele Zuschauer hat, quasi jeden Tag auf der Matte stehen“ (ebenda). Er gesteht ein, dass „...bestimmte Entscheidungsprozesse in diesem Senderverbund zäh und beschwerlich sein. Und die 9 Chefredakteure der ARD plus den Chefs von ARD-aktuell und dem ARD-Hauptstadtstudio sowie dem ARD-Chefredakteur Thomas Baumann sind zudem eine Ansammlung von klugen, selbstbewussten Menschen, die sich allesamt nicht gern die Butter vom Brot nehmen lassen“ (ebenda). Er lässt aber keinen Zweifel daran, dass er dieses Prinzip unterstützt. „Aber weil sie nicht nur selbstbewusst, sondern eben auch klug sind, nehmen sie auch gerne Stellung zu Fragen der Tagesschau. [...] Das ist völlig in Ordnung, und eine Einrichtung wie die Tagesschau muss sich der Kritik der fachkundigen Kollegen stellen. Schließlich gehört die Redaktion ARD-aktuell allen ARD-Anstalten. Jeder Sender gibt das Geld für die Gemeinschaftseinrichtung ARD-aktuell in Hamburg entsprechend seiner Größe innerhalb des Senderverbunds“ (ebenda). Generell zur Einflussnahme fügt er noch hinzu: „Immer wieder fragen mich Leute, wie oft denn jemand von der Bundesregierung oder ein Ministerpräsident bei uns anruft. Ich kann alle beruhigen: Null. Zero. Nix. Die Politik steht bei uns nicht ständig auf der Matte“ (ebenda).

Als dann am 5. Februar 2007 bekannt gegeben wurde, dass Anne Will Nachfolgerin von Sabine Christiansen wird, schreibt Gniffke seinen ersten Beitrag zum Abschied von der Tagesthemenmoderatorin. Zwei weitere Beiträge folgten. In allen Posts äußert er sich lobend über Will und verbirgt nicht seine Sentimentalität. „Also haben wir den ersten Stich, den uns die Nachricht aus Frankfurt heute versetzt hat, ignoriert und ihr gratuliert - von ganzem Herzen und mit einem klitzekleinen Kloß im Hals.



Abb. 7: Foto - Abschiedfeier von Anne Will
Quelle: blog.tagesschau.de

Denn erstens mögen wir sie persönlich alle sehr und gönnen ihr den neuen Job. Zweitens wissen wir, dass es gut für die ARD ist, denn Anne Will ist im Moment in Sachen Moderation das Maß der Dinge. Und drittens sage ich mir: Ma moß och jönne könne! Gerade Anne, der Rheinländerin, aber natürlich auch der ARD“ (GNIFFKE 2007-02-05).

Der zweite Blogeintrag zum Weggang von Anne Will ist auf den 26. Juni 2007 datiert. Wieder lobt Gniffke die Moderatorin, erzählt von der Abschiedsfeier nach der letzten Sendung und postet sogar ein Foto (siehe Abb. 7). Außerdem erwähnt er einen internen Abschiedsfilm. Die Reaktionen in den Kommentaren sind entsprechend. Die Kommentatoren wollen den Film sehen. Nach langem zögern veröffentlicht Hinrichs den Film dann in seinem Blogeintrag „Anne Tschö, Teil 2“ (HINRICHS 2007-06-28). (Siehe hierzu auch Kapitel 5.4.5).

Aber nicht nur der Wechsel auf dem Tagesthemen-Posten wurde thematisiert. Auch im Nachtmagazin und in der 20Uhr-Tagesschau, wechselten die Moderatoren. Immer gab es im Blog viel Lob für die geleistete Arbeit und viel Bedauern um den jeweiligen Weggang. Aber auch viel Anerkennung für diejenigen, welche die Nachfolge der abtretenden Moderatoren antraten.

Auch Abgänge von für den Zuschauer unbekanntem Gesichtern werden im Blog thematisiert. „Wenn Legenden gehen...“ (HINRICHS 2007-04-11) so lautet die Überschrift zum Post über den Weggang der „hochgeschätzte[n] Leiterin des legendären Bildarchivs von ARD-aktuell“ (ebenda), in dem Hinrichs auch deutlich macht, wie sehr die Redaktion auf erfahrene Mitarbeiter angewiesen ist: „Unser Geschäft ist die Glaubwürdigkeit, die Seriosität; die Gelassenheit, das Richtige zu tun, wenn es heikel wird. Erfahrung ist dabei ein unschätzbare Wert. Ohne Erfahrung geht es nicht. Sagen wir es, ohne falsche Scham: Ohne Alte geht es nicht“ (ebenda).

Doch nicht nur über Zu- und Abgänge, auch über andere Interna schreiben die Chefredakteure im Blog. So berichtet Gniffke zwei Mal über die ‚Newssingers‘, den Chor, der seit fünf Jahren bei ‚ARD-aktuell‘ existiert. „Das war das dritte Konzert, das ich gesehen habe, und ich bin immer wieder baff, was der Chorleiter (ein Profi) aus der Truppe rausholt. Denn es ist keineswegs Ulk und Klamauk im Repertoire. Bei Bachs ‚Jesus



Abb. 8: Foto der ‚Newssingers‘
Quelle: blog.tagesschau.de

bleibt meine Freude‘ wird’s einem echt warm um’s Herz und (wer’s mag) feucht in den Augen. [...] Womit wieder mal der Beweis angetreten werden soll, dass bei ARD-aktuell keine emotionslosen Nachrichtenmonster arbeiten, sondern Menschen, die außer der Tagesschau noch mehr können. Auch wenn einige Sänger kurz vor 8 schon seltsam oft nach der Uhr

geschieht haben“ (GNIFFKE 2007-03-02). In seinem zweiten Eintrag postet Gniffke dann ein Video des Auftritts (siehe Abb. 8).

Der alljährlich stattfindende ‚Jo-Brauner-Cup‘, ein Fußballspiel zwischen dem Planungs- und dem Sendeteam von ‚ARD-aktuell‘, ist ein weiterer Einblick in die Aktivitäten der Redaktion, außerhalb der gewohnten Arbeit. In drei Posts schildern die Chefredakteure den Verlauf des Spiels aus ihrer jeweiligen Sicht. „Eigentlich wollte ich dem Verlierer den Vortritt lassen, aber der ist noch in der Notaufnahme. Also erfülle ich die Chronistenpflicht - in aller Sachlichkeit und ohne Triumphgeschrei, versteht sich. Das Spiel hatte nur einen Sieger verdient. Den hat es bekommen. Wir haben gewonnen! Nach zwei Niederlagen in den letzten beiden Jahren hat sich die Planung den Pott zurückgeholt. 3:2!“ (HINRICHS 2007-10-10). Am selben Abend stellt der Verlierer, Gniffke, seine Sicht der Dinge dar. „Dieser Tage bekommen wir wieder

eindrucksvoll vor Augen geführt, wie subjektiv nun mal blogs sind und in einzelnen Fällen doch sehr großzügig mit der Wahrheit umgehen. Deshalb lassen Sie mich bitte den Eintrag des Kollegen Hinrichs aus den frühen Morgenstunden ergänzen. [...]

Denn einmal mehr präsentierte sich das Planungsteam als Söldnertruppe, die wie jedes Jahr durch rohes Spiel unter

Inkaufnahme von Knochenbrüchen das künstlerisch-kreative Spiel des Sendeteams zu ersticken suchte. Nur der sehr großzügigen Regelauslegung des Schiris (wahrscheinlich Brite) hat es der Herr Kollege Chefredakteur zu verdanken, dass er bis zum Ende mitspielen durfte“ (GNIFFKE 2007-10-10). Außerdem ergänzt er den Beitrag um Fotos der beiden Teams (siehe Abb. 9).



Abb. 9: Mannschaftsfoto-Planungsteam
Quelle: blog.tagesschau.de

Ein ähnliches Duell liefern sich die beiden Redakteure um die Frage, ob der Karneval in eine Nachrichtensendung gehört. „Das ist wirklich kein Spaß für Nachrichtenmacher. Karneval bedeutet für nicht unerhebliche Teile der Republik Ausnahmezustand. Für ARD-aktuell heißt das aber auch: kaum innenpolitisch aktuelle Themen, keine Interviewpartner, nichts geht in der Substanz voran. Also mitschunkeln und die Sendungen mit Karneval füllen? Nicht im Traum denken wir daran. Auf die Gefahr hin, als Spaßbremsen zu gelten - unsere Nachrichten bleiben eine ernste Sache, auch an Rosenmontag!“ (HINRICHS 2007-02-19). In seinem Post „Chefredakteur Hinrichs irrt!“ (GNIFFKE 2007-02-20) macht Gniffke die Meinungsverschiedenheit mit dem Zweiten Chefredakteur deutlich: „Ich muss dem gestrigen, extrem spaßbremsenden blog-Eintrag meines Chefredakteurskollegen entschieden widersprechen. ‚Nicht im Traum

denken wir daran', schreibt er, mitzuschunkeln und unsere Sendungen mit Karneval zu füllen. Falsch! [...] Natürlich träume ich von einer Tagesschau mit Narhalla-Marsch als Eröffnungsfanfare und Jan Hofer mit Narrenkappe: ‚Helau, meine Damen und Herren!‘ Aber bitte, wenn der Herr Hinrichs das nicht möchte, dann eben nicht“ (ebenda).

Allerdings nutzt er die Gelegenheit um auch den Vorteil zweier Chefredakteure zu erläutern. „Thomas Hinrichs betreut die Tagesthemen, führt jeden Tag die intensiven Diskussionen um das Programm unseres Magazin-Flagschiffs. Das frisst viel Zeit. Ich kümmere mich schwerpunktmäßig um die Tagesschau. [...] Das Nachtmagazin ‚beackern‘ wir zu gleichen Teilen. Dazu kommt der administrative Teil des Jobs. [...] Gemeinsam treffen wir Grundsatzentscheidungen etwa zu Zukunftsentwicklungen oder zu Veränderungen an unseren Formaten. Und Moderatorenfragen. Na ja, und dann haben wir beide auch mal Urlaub. Dann macht einer alles, und muss in jedem Thema einigermaßen sattelfest sein. Insgesamt empfinde ich die Konstruktion mit den zwei Chefredakteuren als einen großen Vorteil“ (ebenda).

Dass die Redaktionsarbeit auch von anderen Dingen als dem Karneval beeinflusst werden kann, zeigt Gniffkes Post „Arbeiten in Zeiten der Handball-WM“ (GNIFFKE 2007-02-02). „Wie Sie alle wissen sind wir bei der Tagesschau ausnahmslos unparteiische, gefühllose und streng rational denkende Nachrichten-Roboter. Doch heute hat dieses Bild Risse bekommen. Aberglaube, politische Unkorrektheiten und sogar ein gewisser Schlendrian drohten sich für Momente in dieser brutalstsachlichen Redaktion Bahn zu brechen. Der Grund: das Handball-WM-Halbfinale“ (ebenda). Er schildert, wie die Planungssitzung für die darauffolgende Woche „seltsam zügig“ (ebenda) voran ging, und dass Recherchen zum Erliegen gekommen wären, „man erreiche in den Ministerien niemanden mehr, weil alle Handball gucken“ (ebenda). Selbst in der Nachbesprechung der 20Uhr-Tagesschau ist das Handballspiel Thema. „Von wüsten Beschimpfungen der Franzosen durch einzelne Redakteure berichten Kollegen. Selbst einem besonnenem CVD sei es entfahren, die Franzosen seien „Froschfresser“. Das ist das Ende! Das solide, grundgute Nachrichtenflaggschiff versunken in schwarz-rot-geilem Nationalsumpf! Aber ehrlich gesagt: Das Spiel war’s wert“ (ebenda).

5.3.9 ARD

In der Kategorie ARD wurden die Diskussionen um Gebühren, Personalien in der ARD und technische Neuerungen im Sender zusammengefasst.

Im Zuge der viel diskutierten Entlassung Eva Hermans durch die ARD, nahm auch ‘ARD-aktuell’ Chefredakteur Gniffke im Blog Stellung. Bevor er jedoch seine persönliche Position zum Thema verriet, stellte Gniffke sich die Frage, ob der Rausschmiss eine Meldung in der Tagesschau wert sei. „Es waren sehr intensive Diskussionen, die wir geführt haben,

denn die Frage ist echt knifflig. Klar ist: Die Causa Herman ist nicht relevant, aber interessant. Insofern **kann** man es zwar machen, **muss** [jew. im Orig. hervorgehob.] es aber beileibe nicht“ (GNIFFKE 2007-09-10). Die Meldung wurde nicht veröffentlicht. Anschließend macht Gniffke dann deutlich, dass es ihm schwer falle, zu einer jahrelangen und „hochgeschätzten Mitarbeiterin“ (ebenda) inhaltlich Stellung zu nehmen. Er distanziert sich von den Ansichten Eva Hermans. Er sagt aber auch: „Ich glaube aber - das ist meine sehr persönliche Sichtweise -, dass die Wucht der Kritik Eva Herman dann doch stärker getroffen hat, als sie selbst angenommen hatte“ (ebenda). Er würde sich wünschen, dass „...sie inhaltlich noch einmal die Kurve kriegen würde“ (ebenda). Diesem Blogeintrag verdankt Gniffke bis heute die meisten Kommentare. 200 Reaktionen wurden bis zum November 2007 zu diesem Post veröffentlicht. So kam es, dass Gniffke noch einen weiteren Beitrag zu diesem Thema verfasste (siehe hierzu auch Kapitel 5.4.1.1).

Die Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts über die Rundfunkgebühren nutzt Hinrichs, um generell deutlich zu machen, wie wichtig die Gebühren aus seiner Sicht für die Freiheit des Rundfunks sind. Dabei ist ihm bewusst, dass er damit nicht unbedingt beliebter wird. „Wahrscheinlich sollte man als Öffentlich-Rechtlicher gar nicht über Gebühren reden. Die sind noch verhasster als Steuern. Ohne Steuern aber sähe das Gemeinwohl furchtbar aus. Und ohne Gebühren die Informationslage im Lande auch“ (HINRICHS 2007-09-12). Er verdeutlicht seine Position und beanstandet, wie andere Medien mit diesem Thema umgehen. „Ich habe viel gehört und gelesen: Schlichte Beiträge; unausgewogene Beiträge, ohne auch nur den Versuch erkennen zu lassen, eine Gegenmeinung einzuholen; Richterschelte - wie da teilweise mit unseren Obersten Richtern umgesprungen wird, unserem Bundesverfassungsgericht, das ist nicht nur demokratisch gesehen höchst bedenklich, sondern schlicht inakzeptabel und unverschämt;...“ (ebenda).

Ähnlich stellt sich auch der Beitrag von Gniffke zum Ergebnis der Wettbewerbskommissarin der EU dar. Das Ergebnis der Untersuchung lautete, dass die Rundfunkgebühren keine Subvention sind. Diese Entscheidung sei auch zukunftsweisend für die Tagesschau. Denn damit sei „...die Frage verbunden, ob wir mit unserem content auch in der digitalen Welt mit den kommerziellen Anbietern mithalten können. Also: Fernsehen auf dem Mobiltelefon, Podcast-Angebote, Digitalkanal, Internet und video-on-demand. Nun sind die Rahmenbedingungen klar, so dass wir Sie als Zuschauer bzw. Nutzer künftig auf verschiedensten Ausspielwegen mit Tagesschau-Inhalten ‚behelligen‘ werden“ (GNIFFKE 2007-04-25).

Über eine Neuerung der digitalen Welt informiert Gniffke in seinem Beitrag „Hofer auf dem Handy“ (GNIFFKE 2007-06-19). Gemeint ist die Möglichkeit die Tagesschau per UMTS-Stream auf dem Mobiltelefon sehen zu können. „Diese Kurzausgaben werden im Digitalkanal Eins Extra

gesendet. Zugleich profitieren die User von tagesschau.de davon: Jede Stunde ein frischer Nachrichtenüberblick als Video. Das ist das Grundprinzip der Digitalisierung: einmal produzieren, mehrfach verwerten“ (ebenda). Gniffke erläutert anschließend, wie viel Manpower in der Erneuerung liegt, und welche Schritte zu bedenken waren, um sie zu ermöglichen.

5.4 Auswertung der Kommentare

Mit der Kommentarfunktion haben die Blogleser die Möglichkeit direkt zu einem bestimmten Blogbeitrag ihre Meinungen, Fragen oder Anregungen zu posten. Nach Angabe eines Benutzernamens und der E-Mail-Adresse muss zusätzlich die Summe zweier Zahlen eingegeben werden. Diese Maßnahme dient den Blogbetreibern als SPAM-Schutz.

Direkt unter dem Eingabefenster befinden sich die sogenannten ‚Kommentarrichtlinien‘. Sie legen fest, welche Regeln für die Veröffentlichung der Kommentare gelten. Sie beinhalten die üblichen Verbote für rassistische, sexuelle oder gewaltverherrlichende Inhalte. Außerdem wird darauf hingewiesen, dass Werbung jeglicher Art, sowie das Zitieren ohne Angabe der Quelle, nicht gestattet ist. Eine Besonderheit sind die Angaben zum Umgangston und der Netiquette. „Behandeln Sie andere Nutzer so, wie Sie selbst behandelt werden möchten. Denken Sie immer daran, dass Sie es mit Menschen und nicht mit virtuellen Persönlichkeiten zu tun haben. [...] Jeder hat das Recht auf seine eigene Meinung. Versuchen Sie deshalb nie, Ihre Meinung anderen aufzuzwingen“ (KOMMENTARRICHTLINIEN). Ebenfalls wird darauf hingewiesen, dass die Einträge **„eine sachliche Diskussion über aktuelle Themen ermöglichen [im Orig. hervorgehob.]“** (ebenda) müssen. Es bestünde kein Anspruch auf Veröffentlichung. Die Kommentare werden von der tagesschau.de-Redaktion geprüft und anschließend freigeschaltet. Verstöße gegen die Kommentarrichtlinien sind, laut Aussage von Jörg Sadrozinski, jedoch „erstaunlicherweise sehr selten der Fall“ (SADROZINSKI 2007a).

Die Kommentare stellen ein wichtiges Element eines Blogs dar. Für manche Blogger sind ausbleibende Kommentare sogar einen Anlass dafür, das Bloggen einzustellen. Siehe hierzu auch Kapitel 4.3.3. Die Chefredakteure müssen sich um ausbleibendes Feedback jedoch keine Gedanken machen, wie schon in Kapitel 5.2 erwähnt, erhalten Gniffke und Hinrichs mit Abstand die meisten Kommentare im gesamten ‘blog.tagesschau.de’. Bezugnehmend auf die 170 Kommentare zum Post über die Hinrichtung Saddam Husseins, schreibt Gniffke: „Die Flut der Kommentare hat uns echt umgehauen und zugleich angespornt so viel wie möglich aus unseren täglichen Diskussionen öffentlich zu machen. Es hat Spaß gemacht zu sehen, dass die Leute dieses neue Angebot offenbar schätzen“ (GNIFFKE 2007-12-30). Von Anfang an bestand auch ein Wettstreit der beiden Redakteure darüber, wer die meisten Kommentare erhält. „Sehr schnell stellte sich heraus, dass sich ein kleiner Konkurrenzkampf zwischen mir und

Kai Gniffke entwickelte. Morgens ging der erste Blick ins Netz mit der bangen Frage: Habe ich mehr Kommentare als mein letzter Eintrag“ (HINRICHS 2007b).

Die Kommentare helfen offenbar auch dabei Themen für den Blog zu setzen. „Nach und nach haben wir gemerkt, welche Fragen die User interessieren. Nach und nach sind wir auch mutiger geworden. Haben gemerkt, dass Selbstkritisches durchaus honoriert wird, auch wenn natürlich immer eine Portion Häme im Preis mit drin ist“ (GNIFFKE 2007-12-30).

Die Chefredakteure beteuern bei mehreren Gelegenheiten auch, dass die Kommentare durchaus Thema in Redaktionskonferenzen werden können. „Die Redaktion ARD-aktuell verfolgt die Diskussionen im blog aufmerksam, und in unsere täglichen Diskussionen gehen auch blog-Kontroversen ein“ (GNIFFKE 2007-12-30).

Es lassen sich jedoch keine Regelmäßigkeiten oder Anlässe erkennen, nach denen die Redakteure auf die Kommentare reagieren. So erklärt sich auch die Antwort Hinrichs auf die Frage, wann auf Kommentare geantwortet wird. „Wenn wir Zeit haben. manchmal schaffen wir es einfach nicht, obwohl wir gerne würden“ (HINRICHS 2007a). Doch zumindest lesen sie die Kommentare (vgl. GNIFFKE 2007-12-30).

Wie bereits in der Auswertung der Blogbeiträge wurden auch die exemplarisch ausgewählten Kommentare in Kategorien eingeteilt. Folgende Unterteilung wurde dabei vorgenommen:

- Kritik
 - Zensur
 - Kritik-Mehrer
 - Kritik-Einzeln
 - Eigenlob
 - Stilistische Fehler
- Lob
- Tipps / Hinweise
- Moderation
- Prominente Kommentatoren

5.4.1 Kritik

Kritik wird traditionell besonders häufig in Blogs geäußert. Allerdings zielen die Beanstandungen auf verschiedene Bereiche ab und treten in unterschiedlicher Form auf. Deshalb wurde der Komplex Kritik nochmals in fünf Unterkategorien (Zensur, Kritik-Mehrer, Kritik-Einzeln, Eigenlob, Stilistische Fehler) unterteilt.

5.4.1.1 Zensur

Trotz der Beteuerung Sadrozinskis, dass Verstöße gegen die Kommentarrichtlinien sehr selten vorkommen (siehe Kapitel 5.4), kommt es laut einigen Kommentatoren dennoch vor, dass Kommentare nicht veröffentlicht werden. Besonders im Blogeintrag „Eva Hermann“ (GNIFFKE 2007-09-10) ist dies immer wieder nachzulesen. So schreibt ein Kommentator ans Ende seines Eintrags: „...ich wurde heute hier mehrmals ‚zensiert‘ — insofern, dass man meinen Beitrag (nicht politisch, nicht beleidigend oder rassistisch) einfach ‚unterschlug‘“ (KLAUS 2007).

Allerdings kann man auch gerade anhand der 200 Kommentare zu diesem Thema sehen, wie auch sehr kontroverse Meinungen abgebildet werden. So schreibt jemand: „Eva Hermann lasse dich nicht unterkriegen. Für die Wahrheit braucht man sich nicht zu schämen“ (1 2007). Ein anderer führt aus: „Ehrlich gesagt finde ich es erbärmlich, daß man in Deutschland nicht unpolemisch über angstbesetzte Themen reden kann. Sobald Tabuthemen angeschnitten werden platzt allen demonstrativ ihr Pflicht-Aneurysma und wird auf Anti Nazi geheuchelt. Eva Herman kann sagen was sie will, solange sie nicht Ausschwitz verleugnet und Hitler verherrlicht“ (BEUING 2007).

Gniffke reagiert auf die Kommentare, indem er einen zweiten Blogeintrag zu dem Thema verfasst. „Leider mussten wir bei so manchem Kommentar auf eine Veröffentlichung auf dieser Seite verzichten. Damit ist die Frage verbunden, wie viel Meinung wir vertragen. Ich sage vorweg: Jede Menge! Schließlich habe ich selbst auch im Falle von Eva Hermann für eine offene beherrzte Diskussion plädiert. Nur fair muss es zugehen. Das war bei vielen Kommentaren nicht der Fall. [...] Da wurden wir mit rechtsextremen Gedankengut beglückt, bei dem das Wort ‚undeutsch‘ noch eher harmlos erschien“ (GNIFFKE 2007-09-22). Daraufhin habe die Online-Redaktion die Kommentare nochmals kritisch durchgesehen und einige Beiträge von der Seite entfernt. Gniffke habe „keine Lust, [sich] hier im Blog der Volksverhetzung schuldig zu machen“ (ebenda).

In den Kommentaren zu diesem Post stößt Gniffke dann auch auf Zustimmung. „Ich weiß zwangsläufig nicht, welche Sorte von Kommentaren außen vor gelassen wurde, ich sehe aber welche durchkamen. Es bekamen alle Positionen Raum, selbst wenn sie in einiger Schärfe vorgetragen wurden“ (PB 2007). Es gab sogar Reaktionen von denjenigen, deren Kommentare gelöscht wurden. „...einer meiner Beiträge gehörte zu den ‚zensierten‘, und im nachhinein muß ich zugeben, daß das auch ganz gut so war, denn das sind nach einigen Äußerungen die Pferde mit mir durchgegangen – sagen wir mal, ich bin...ungehalten geworden. (BÖHLER 2007). Allerdings melden sich hier auch diejenigen zu Wort, die mit der Entfernung mancher Kommentare nicht einverstanden sind. „Herr Gniffke, wußten Sie eigentlich, daß es erst dann Meinungsfreiheit gibt, wenn auch die Meinung desjenigen gehört wird, den wir am meisten verachten? Nein, wußten sie nicht. Woher auch“ (C.S. 2007).

5.4.1.2 Kritik - Mehrerer

Wie schon im Fall ‚Eva Hermann‘, führte auch die Diskussion zum Blogbeitrag ‚Massenproteste in Birma, Myanmar und Burma‘ (GNIFFKE 2007-09-25) dazu, dass Gniffke einen zweiten Blogbeitrag verfasste, da die Reaktionen dies praktisch erzwangen. Allerdings ging es hier nicht um die Thematik, also die Massenproteste selbst, sondern um die Landesbezeichnung. Dies war auch der eine Aspekt, weshalb viele Kommentatoren Kritik übten. Die Blogleser beanstandeten, dass der Post vorrangig das Problem der Landesbenennung, nicht die Probleme der Einwohner behandelt. „tja....da haben wir hier - warm und sicher sitzend-nix besseres zu tun , als darüber zu debattieren , wie sich ein land unserer meinung nach nennen darf ich denke , den menschen , die dort grade unter einsatz ihres lebens demonstrieren , ist es völlig egal , ob unsere kanzlerin dies und die tagesschau das sagt . ein volk , welches nach 20 jahren militärdiktatur , aufsteht und sich wehrt , hat eine andere diskussion und vor allem: eine andere würdigung unsererseits verdient“ (MARTINA 2007)!

Der andere Aspekt, der in den Kommentaren behandelt wird, betrifft dann das eigentliche Thema des Blogbeitrages, also die Benennung von Birma, Myanmar oder Burma. Viele der 80 Kommentatoren zu diesem Beitrag zitieren aus verschiedensten Quellen, um ihre jeweilige Auffassung zu untermauern. „Ein Blick über den Kanal zeigt, dass BBC und größere britische Zeitungen anscheinend konsequent “Burma” verwenden. Ich vermute, dass dies nicht nur auf nostalgische Erinnerungen an die Kolonialzeit zurückgeführt werden kann, sondern auch die Missbilligung der Militärdiktatur in Birma zum Ausdruck bringen soll und sie der Forderung von Daw Aung San Suu Kyi nach Beibehaltung des Namens folgen. Falls das auch die Motivation der deutschen Medien ist, sollten sie es m. M. auch so sagen“ (SVEN 2007). „Offensichtlich (s. UNO-Vollversammlung und Auswärtiges Amt) ist Myanmar unter diesem Namen völkerrechtlich anerkannt“ (UDO 2007).

Einen Tag später postet Gniffke einen zweiten Beitrag mit dem Titel ‚Nochmal Birma‘ (GNIFFKE 2007-09-26). Er schreibt: „Angesichts der dramatischen Zuspitzung der Ereignisse in Birma bin ich fast geneigt, einigen blog-Kommentatoren von heute Recht zu geben, und mich nicht länger mit dem Namensstreit Birma, Burma, Myanmar aufzuhalten. Gibt wirklich Wichtigeres. Aber dann habe ich mich doch entschlossen, nochmals das Thema der Namensgebung aufzugreifen, um nicht den Eindruck aufkommen zu lassen, ich wolle mich drücken. Mein lieber Scholli, hat’s mir die blogger-Gemeinde diesmal besorgt“ (ebenda)! Er macht deutlich, dass die Entscheidung ‚Birma‘ zu sagen keine politische Entscheidung ist. Er legt dar, dass die internationalen Nachrichtenagenturen ebenfalls diese Bezeichnung verwenden und gesteht ein, dass er „...angesichts der eigenen Biographie (Jahrgang 1960) tatsächlich unterschätzt [hat], wie sehr sich so ein Name von Generation zu Generation

verändern kann“ (ebenda). In der anschließenden Diskussion zu diesem Blogbeitrag sind die Teilnehmer in der Frage der korrekten Bezeichnung des Landes nicht weniger uneinig als in der vorigen. Jedoch bleibt die Kritik, sich auf die Proteste an sich zu konzentrieren, weitestgehend aus.

5.4.1.3 Kritik - Einzelner

Wie bereits das Beispiel der Reaktionen zum Blogbeitrag über Eva Herman gezeigt hat, kann es durchaus zu rabiaten Auseinandersetzungen zwischen kritisierenden Kommentatoren und den Chefredakteuren kommen. Dabei ist festzustellen, dass die Redakteure in ihren Kommentaren durchaus einen härteren Ton wählen, als sie es in ihren Blogbeiträgen tun. Sei es, weil sie sich dem Tenor des Kritikers anschließen, oder weil sie sich zu unrecht attackiert fühlen.

So reagiert Hinrichs auf einen Kommentator, der sich den Blogbeitrag zum Interview mit Condoleezza Rice angenommen hat. Dieser zitiert in seinem Kommentar einzelne Zeilen aus dem Beitrag und beanstandet „wie ideologisch verblendet hier unbeachtet getextet wird“ (MARQUARDT 2007). „'Amerika hat Wort gehalten' – Unfug im Versuch, möglichst locker zu klingen. Nicht Amerika hat Wort gehalten, sondern die auf gute PR bedachte Abteilung von Frau Rice [...] ,Tom hat der Ministerin abringen können...' – Tom hat gar nichts. Frau Rice hat sicherlich keine einzige unbedachte Äußerung getätigt. Sie hat genau das gesagt, was sie sagen durfte, nicht mehr“ (ebenda). Zum Schluss reizt er den Redakteur förmlich zur Reaktion. „'hier ist das Forum für Kritik' – Lächerlich! Ein Forum wäre es erst dann, wenn Sie sich zu Kritik auch an dieser Stelle äußern würden. Das jedoch ist nicht zu erwarten“ (ebenda). Doch Hinrichs antwortet. In sarkastischer Weise greift er die einzelnen Kritikpunkte auf: „...danke für den Hinweis, dass fast alle Amerikaner gar nicht wussten, dass Rice bei uns im Interview war, sondern nur Ihre böse PR-Abteilung. Ich wäre nicht darauf gekommen“ (HINRICHS K. 9)! Er verweist auf das große Medienecho und hofft „...dass Sie, lieber Robert Marquardt, am Wochenende keine Zeitung gelesen haben – verschwendete Zeit! Ich würde nie so weit gehen zu sagen, dass sei ‚verblendet‘ oder ‚unbedacht‘, aber das man das auch anders sehen kann, das sage ich“ (ebenda)! Der Angesprochene bedankt sich für die Antwort, geht dann jedoch wieder dazu über, den Kommentar von Hinrichs in seine Einzelteile zu zerlegen und zu attackieren. Worauf Hinrichs dann nicht mehr reagiert.

Immer wieder stellen die Chefredakteure auch falsche Annahmen der Kommentatoren richtig. So schreibt Einer zu dem Blogbeitrag „Machen wir den Flieger“ (HINRICHS 2007-07-10), er hätte zu dem Beitrag über die Boeing 787 festgestellt, dass „...dem Sprecher von AirBerlin fröhlich gestattet wurde, mit einem verschmitzten Lächeln über den Ausbau des Langstreckenverkehrs zu sprechen“ (MARTIN 2007). Er führt weiter aus, dass dem Unternehmen so fast 20 Sekunden Sendezeit gestattet wurde. „...in einer Tagesschau, die pro Minute 6000 Euro kostet, wie mir letztens auf

einer Hauptstadtstudio-Führung erklärt wurde, sind das 2000 Euro gratis für AirBerlin. Oder haben die dafür bezahlt“ (ebenda). Hinrichs reagiert verärgert: „Bei allem Respekt, es ist natürlich völlig abwegig zu glauben, dass ‘ARD-aktuell’ an irgendeiner Stelle Geld für O-Töne nimmt. Niemals. Ich hätte fast gar nicht geantwortet, weil die Annahme wirklich Mumpitz ist. Die absolute Unbestechlichkeit der tagesschau kann man aber gar nicht oft genug heraus stellen“ (HINRICHS K. 12). Er gesteht jedoch auch zu: „Dass die Flugrouten in dem Ton auch noch auftauchten, hat uns geärgert, das gebe ich gerne zu. Um als Werbung zu nutzen, stand aber unseres Erachtens zu sehr das beschriebene inhaltliche Umfeld im Vordergrund. Aber noch mal: Hätte man es problemlos schneiden können, hätten wir es getan“ (ebenda).

5.4.1.4 Eigenlob

Ein weiterer Kritikpunkt, der von den Bloglesern häufig geäußert wird, ist das teilweise hohe Maß an Eigenlob. Dies gilt besonders für die Beiträge über ARD- oder Redaktionsinterna.

Zu Gniffkes Blogbeitrag „Hurra, das Personalkarussell dreht sich wieder“ (GNIFFKE 2007-01-31) beanstanden mehrere Blogleser, der Chefredakteur sei zu weit gegangen. „Das ist kein Blogging mehr, das ist reine Selbst-PR. Und über die Tagesschau sagt es nichts aus. Lieber mehr über Tagesschau-Interna und Nachrichtenauswahl, als nur platte Werbung für den eigenen Laden“ (BENZ 2007). Ein Anderer stimmt seinem Vorgänger zu und ergänzt: „Wird etwas viel ‚wir machen das und alle anderen (vor allem das ZDF) macht’s falsch“ (ANSCHUB 2007).

Gniffke nimmt direkt zu den beiden Kritikern Stellung und bittet um Verständnis. „Mir geht in diesen Tagen das substanzlose Gestoche im Nebel der ARD-Sepekulation derart auf die Ketten, dass es vorgestern mal einfach raus musste“ (GNIFFKE K. 9). Zu dem Vorwurf, man würde sich der Konkurrenz gegenüber hervortun, schreibt Gniffke: „Ich wüsste nicht, wann ich in den vergangenen vier Wochen einmal etwas Negatives über das ZDF geschrieben hätte. Im Gegenteil: Am Freitag habe ich in Bezug auf die Stoiber-Berichterstattung geschrieben, dass die Kollegen aus Mainz ziemlich gut ausgesehen haben, vielleicht besser als wir“ (GNIFFKE K. 10). Der Vorwurf des Eigenlobs taucht immer wieder in den Kommentaren zu verschiedenen Beiträgen auf. Die Chefredakteure sind deshalb im Laufe ihres Bloggerdaseins dazu übergegangen in ihren Blogbeiträgen bereits selbst darauf hinzuweisen. „Ich weiß, ich weiß, jetzt kriege ich wieder Vorwürfe von wegen Selbstbeweihräucherung. Heute lebe ich damit,...“ (GNIFFKE 2007-06-19). „Das ändert gar nichts daran, dass die tagesschau nach wie vor die seriösesten, sachlichsten und besten Fernsehnachrichten sendet. Das schreibe ich übrigens eingedenk der Tatsache, dass jetzt wieder einige erwidern, das sei hier der Ort für Selbstbeweihräucherung. So weit würde ich nicht gehen, aber dass wir gut finden, wie wir das hier so machen, davon dürfen die Kritiker ausgehen. Alles andere wäre ja auch mehr als seltsam. Dass das dann kritisiert wird, gehört dazu“ (HINRICHS 2007-01-

31). Dennoch gesteht Gniffke in einem Fall ein, dass er mit dem Eigenlob zu weit gegangen sei. „Also da scheint mir ja wohl das Weihrauchfass ausgerutscht zu sein. War nicht meine Absicht, die ARD-Strukturen als das Nonplusultra darzustellen“ (GNIFFKE K. 4).

5.4.1.5 Stilistische Fehler

Ein weiteres Eingeständnis der Redakteure ist, dass sie stilistische Fehler begehen. Nach heftiger Kritik an der Überschrift zu Hinrichs Blogbeitrag „Höchste Anspannung bei 13 Toten“ (HINRICHS 2007-07-19) relativiert er in einem Kommentar seine Wortwahl. „Ja, da habe ich gestern wohl einen Bock geschossen! Die Überschrift meines Blogbeitrags ist wirklich nicht gelungen, da gibt es nichts zu deuteln. In der tagesschau wäre das nicht durchgegangen, und es ist auch keine Entschuldigung, dass es ein harter Tag war und ich erst nachts um ein Uhr zum Schreiben gekommen bin“ (HINRICHS K. 29).

Auch Kleinigkeiten entgehen den Bloglesern nicht. So korrigiert Einer die falsche Schreibweise des Namens ‚Guiliani‘. ‚Guiliani schreibt sich der Mann. Nicht Guliani. Soviel Zeit muss sein. Bei aller Toleranz“ (W. 2007). Hinrichs antwortet: „Genau dafür gibt es dann einen CvD. Für die tagesschau, nicht hier im Blog, das wäre dem Gebührenzahler nicht zuzumuten. Vielen Dank, dass Sie eingesprungen sind, ich habe es korrigiert (HINRICHS K. 6).

5.4.2 Lob

Neben kritischen Äußerungen ernten die Redakteure jedoch auch viel Lob von den Kommentatoren. Die Anerkennung bezieht sich dabei auf die Arbeit der Nachrichtenredaktion generell, auf einzelne Standpunkte die sie vertritt, oder speziell auf das Blog.

Immer wieder schreiben die Kommentatoren, dass sie durch das Lesen des Blogs ein besseres Verständnis für die Sendungen bekommen. „Wenn man diesen Blogartikel [‚Wie kommt Condi in die tagesthemen?‘; d. Verf.] gelesen hat, wird man den Beitrag morgen Abend in den tagesthemen mit anderen Augen sehen. Spannend“ (TEXT&BLOG 2007). „Ein Hoch auf diesen Blog! Ich war gestern total genervt von der Länge und Unprofessionalität des Trauerfeierbeitrags. Mit dem von Ihnen beschriebenen Zeitplan erklärt sich das natürlich“ (OHOH 2007). Der Kommentar bezieht sich auf den Blogbeitrag zur Berichterstattung über die Trauerfeier für die in Afghanistan getöteten Soldaten.

Neben dem besseren Verständnis für das Nachrichtengeschäft vermittelt der Blog allerdings auch neues Wissen. „Aber interessant finde ich es schon, was ich da durch die Blogs (wirklich erst durch die Blogs!) erfahre. Dass für alle möglichen Menschen des Zeitgeschehens schon zu Lebzeiten Nachrufe erstellt werden, hätte ich nicht gedacht“ (FINN 2007).

Besonders wird auch das Eingeständnis von Fehlern honoriert und sogar erwartet, dass eine Erklärung dazu im Blog auftaucht. So auch die Reaktionen zum Blogbeitrag „Das ging schief“ (GNIFFKE 2007-08-16). „Ich habe es Live im TV gesehen. Ich dachte mir während der Panne nur, das steht bestimmt später im Blog ☹“ (NORBA 2007). „Mich hat es nicht gestört, aber es ist auch mal interessant, hier zu lesen, wie sowas passiert“ (SIMON 2007). Die Chefredakteure können nach ihrer Erklärung, wie es zu den Fehlern kam, mit Verständnis rechnen. „Wer so unter Zeitdruck steht, muss auch mal mit einer technischen oder menschlichen Panne rechnen. Es macht den Reiz einer Livesendung aus, dass manchmal Pannen passieren“ (HELMUT 2007).

5.4.3 Tipps / Hinweise

Dass die Blogleser nicht nur die Blogbeiträge genau studieren, sondern auch aufmerksame Beobachter und Kenner der Nachrichtensendungen sind, zeigt sich ebenfalls an den Kommentaren. „Was ich schade fand: In der 20-Uhr-Ausgabe liefen genau die gleichen Beiträge zum Orkan wie bereits um 18.50 Uhr. Das war schwach“ (ROBERT 2007). Gniffke reagiert auf die Beobachtung indem er gesteht: „Voll erwischt! Das Ding aus der Tagesschau um 20 Uhr lief tatsächlich schon um 18.50. Grundsätzlich können Sie sich darauf verlassen, dass alle Beiträge in der TS 20 Weltaufführungen sind“ (GNIFFKE K. 7). Weiter erklärt er, weshalb dies in der erwähnten Sendung nicht der Fall gewesen ist.

Gniffkes Blogbeitrag „Seit dieser Woche neu: Die Vorschau“ (GNIFFKE 2007-04-06), in dem er erklärt, dass die Tagesthemen gegen 18 Uhr eine neue Vorschau zu den am Abend gezeigten Themen veröffentlicht, greifen zwei Kommentatoren auf. Der Erste bemerkt: „Nennt man das nicht Teaser? Mir scheint da auch ein psychologischer Effekt dabei zu sein, die Sendung sozusagen schon mal in Kurzform vorweg zu senden- dadurch entsteht eine eigene Dynamik, Spannung, da Fragestellung und Logik der Beiträge in Kürze schon mal getestet werden“ (WALTER 2007). Gniffke lobt ihn daraufhin: „Stimmt: “Teaser”. [...] Saubere Analyse, Kompliment“ (GNIFFKE K. 6)! Der Zweite gibt sogar einen Tipp, um diese Neuerung noch effektiver zu nutzen. „Könnte man das nicht auch innerhalb der “Aktuell”-Sendung bei EinsExtra von 18-19 Uhr laufen lassen“ (ROBERT 2007a)? Gniffke antwortet: „Schon wieder eine klasse Idee. Ich denke, wir werden das aufgreifen. Wenn’s geht, schon in der kommenden Woche. Danke für die Anregung“ (GNIFFKE K. 7a).

Dass nicht nur solche konkrete Tipps der Redaktion helfen, machen die Chefredakteure in ihren Kommentaren deutlich, die sich generell an alle Kommentatoren eines Blogbeitrages richten. „Viele der Argumente, die hier in den Kommentaren angeführt werden, spiegeln sich in unseren internen Diskussionen. Auch heute noch haben wir über den Erklärteil von gestern intensiv beraten und dabei mit großem Interesse den Fortgang der

Diskussion im blog beobachtet. Danke an alle für die Beteiligung“ (GNIFFKE K. 33)!

Zum Teil bedanken sich die Chefredakteure auch für die Art und Weise, mit der die Kommentatoren sich auch kontroversen Themen annehmen. „Es ist ja nicht so, dass ich mich vor Kommentaren in diesem blog fürchte. Aber ich hatte offen gesagt doch damit gerechnet, gerade bei diesem Thema ordentlich “eingeschenkt” zu bekommen. Um so mehr freue ich mich über die außerordentlich differenzierten Reaktionen. Vieles von dem was hier zur Sprache kommt, spiegelt auch redaktionsinterne Argumentationslinien. Nur “geschmacklos” fand es hier niemand. Danke für’s feedback“ (GNIFFKE K. 19)!

5.4.4 Moderation

Doch nicht nur die Chefredakteure reagieren auf die Kommentare. Auch die tagesschau.de-Redaktion und der Webmaster moderieren oder geben Hinweise an die Kommentatoren.

So fragt ein Kommentator, ob das Interview von Tom Buhrow mit Condoleezza Rice noch im Netz abrufbar wäre, worauf die Redaktion den Link zum Video unter seine Frage postet. Die Redaktion nimmt auch Stellung zu Kritik, die sie betrifft. Ein Kommentator schreibt: „Gerade habe ich einen Tagesschau-News-Alert bekommen. “Deutsche Geiseln angeblich getötet” Da habe ich mich schon gefragt, ob Sie jetzt doch für die Taliban-Propaganda arbeiten“ (TOBI 2007). Die Redaktion antwortet darauf: „Das Telegramm wurde leider durch eine technische Panne versendet - es handelt sich um eine alte Nachricht, die in keinem Zusammenhang mit der zweiten deutschen Geisel steht. Eine entsprechende klärende Mail wurde von der Redaktion wenige Sekunden nach dem falschen Telegramm an alle Nutzer verschickt. Wir bitten, den Fehler zu entschuldigen“ (DIE REDAKTION 2007). Die Redaktion ist auch für die Moderation der Kommentare verantwortlich. So bitten sie die Blog-Teilnehmer in einem Fall, die Diskussionen untereinander im Forum von tagesschau.de weiter zu führen. „Stellungnahmen zu den Beiträgen von Herrn Hinrichs können selbstverständlich weiter hier gepostet werden“ (MODERATOR 2007).

Der Webmaster schaltet sich immer dann in die Diskussionen ein, wenn es um technische Einzelheiten geht. Im Zusammenhang mit der Neueinführung der Tagesschau als UMTS-Stream, stellen einige Blogleser Fragen, die vom Webmaster direkt beantwortet werden.

5.4.5 Prominente Kommentatoren

Den prominentesten Kommentar postete Anne Will zur Diskussion um ihren eigenen Abschiedsfilm. Wie bereits in Kapitel 5.3.8 dargestellt, erwähnt Gniffke, dass es ein internes Abschiedsvideo mit einem Statement der beiden Chefredakteure gibt. Die Blogleser reagieren daraufhin prompt: „Ich finde es schade, dass die Sondersendung zu Anne Wills Abschied nicht online gestellt wurde“ (KONSTANTIN 2007). „Schade, auch ich habe die

Sondersendung verpasst. Vielleicht existiert doch noch eine Möglichkeit das ganze online zu stellen“ (BOHNET 2007)?? „Gibt es irgendeine Chance die Sondersendung zu sehen? Davon hab ich nämlich vorher gar nix gehört“ (ANTON 2007).

Gniffke antwortet auf die Nachfragen: „Es tut mir furchtbar leid, aber den Abschiedsfilm für Anne (TT extra) können wir wirklich nicht online stellen. Er enthält einen derart peinlichen Auftritt von Thomas Hinrichs und mir, der uns bei einer Veröffentlichung sofort den Kopf kosten würde. Ausgerechnet am Morgen nach dem Sommerfest mussten wir vor die Kamera. Was sich da zwei Chefredakteure mit kratziger Stimme zusammengestammelt haben, ist einer Anne Will einfach nicht würdig und führt unweigerlich zu der Frage: ‚wat soll der Quatsch?‘“ (GNIFFKE K. 25). Da meldet sich Anne Will selbst zu Wort und fordert ihrerseits, das Video zu zeigen. „Dem, was Kai Gniffke da behauptet, muss ich aber nun entschieden widersprechen. Der Auftritt der beiden Chefredakteure ist und war schon wieder den nächsten Großpreis wert. [...] Wie vermeintlich ungerührt Thomas Hinrichs bleiben kann, wenn Kai Gniffke noch so mitreißend lacht, ist einfach großartig. Ich empfehle daher dringend (und fordere es hiermit aus dem Exil), eine unplugged-Auskoppelung online zu stellen. Ohne Quatsch“ (WILL 2007)! Die Kommentatoren greifen Anne Wills Kommentar auf und erhöhen den Druck. „Na DEM Wunsch wird man sich doch nicht entziehen können, oder“ (MIC 2007)? „Objektiv betrachtet müssen Sie sich doch mal langsam dem Druck der Straße beugen, oder? Ich würde den Film übrigens auch gerne sehen“ (FIPS 2007).



Abb. 10: Thomas Hinrichs und Kai Gniffke (r.) – Abschiedsvideo für Anne Will
Quelle: blog.tagesschau.de

Die Chefredakteure geben sich daraufhin geschlagen und zwei Tage später ist das Video in dem Blogbeitrag „Anne Tschö, Teil 2“ (HINRICHS 2007-06-28) abrufbar (siehe Abb.9). Hinrichs schreibt dazu: „Sie haben es nicht anders gewollt! Wir wollten das nicht. Soll mir keiner sagen, ich hätte nicht davor gewarnt. Wir beugen uns auch nicht dem Druck der Straße. So etwas macht die tagesschau nicht. Die Grenzen der Seriosität überschreitet sie, also die tagesschau, daher auch jetzt nicht - dieser Vorwurf ist wegen des Nachfolgenden nur mir und Kai Gniffke als Person zu machen“ (ebenda). Außerdem erklärt er nochmals die Umstände, in denen das Video entstanden ist. Die Kommentatoren bedanken sich daraufhin für die Veröffentlichung und honorieren dies mit Lob.

Doch es werden nicht alle Veröffentlichungswünsche erfüllt. Nach dem Blogbeitrag zum Nachruf über Heino (vgl. Kapitel 5.3.5), erbittet ein Blog-Teilnehmer die Liste aller vorproduzierten Nachrufe zu veröffentlichen. Gniffke wehrt jedoch ab. „Hier stößt unsere Transparenz an Grenzen. Die

Liste zählt dann doch zu unseren Betriebsgeheimnissen. Das Zusammenstellen ist nämlich eine Heidenarbeit. Die sollen unsere Mitbewerber ruhig selbst machen. Fragen nach einzelnen Persönlichkeiten nehme ich gerne entgegen“ (GNIFFKE K. 9a).

6. Fazit: Möglichkeiten und Grenzen

Während in den vorherigen Kapiteln die inhaltliche Auswertung der Blogeinträge und der Kommentare vorgenommen wurde, sollen in diesem Kapitel die Möglichkeiten und Grenzen des 'blog.tagesschau.de' zusammengefasst werden.

6.1 Generell

Die Auswertung der 151 Blogeinträge zeigt, dass die Chefredakteure in viele Bereiche des Nachrichtengeschäfts einblicken lassen. Wer das Blog regelmäßig verfolgt, kann viel über die Arbeit in einer Nachrichtenredaktion erfahren, ohne dafür ein Lehrbuch aufschlagen zu müssen. Dafür lernt er anhand von praktischen, realen Vorgängen, was es bedeutet eine Nachrichtensendung zu füllen.

Der Erkenntnisgewinn lässt sich dabei in zwei Felder einteilen, die sich in einigen Fällen auch vermischen. Einerseits werden die formalen Aspekte erklärt: Die Produktionsabläufe, die festen Bestandteile einer Sendung, die Aufgabengebiete verschiedener Mitarbeiter, die Arbeitsabläufe innerhalb der Redaktion und innerhalb der *ARD* und nicht zuletzt die technischen Aspekte.

Andererseits werden journalistische Standards von 'ARD-aktuell' dargelegt: Welche Nachrichtenfaktoren gegeben sein müssen, damit eine Meldung in der Tagesschau, in den Tagesthemen oder im Nachtjournal erscheint. Wie die Gewichtung und damit Rangfolge dieser Themen vorgenommen wird. Wie über schwierige Themen wie Terrorismus, aber auch die Gesundheitsreform oder den Bahnstreik berichtet wird. Wie Fakten und Material geprüft werden. Wie die Wirtschaft versucht journalistisch Einfluss zu nehmen. Und nicht zuletzt, welche Wörter gewählt werden, um sich journalistisch korrekt auszudrücken. Die formulierten Ziele, den Nachrichtenalltag abzubilden und so für Transparenz zu sorgen, wurden also erfüllt.

6.2 Chefredakteure und 'ARD-aktuell'

Allerdings handelt es sich bei blog.tagesschau.de nicht vorrangig um einen Fachblog, das journalistische Standards vermitteln soll. Das blog.tagesschau.de ist auch ein Corporate Blog. Corporate Blogs sind Weblogs eines Unternehmens. Bei aller Bekundung mehr Transparenz in die Nachrichtenproduktion bringen zu wollen, steht hinter dem Blog auch der Gedanke, die Produkte von 'ARD-aktuell' möglichst gut zu vermarkten.

Ein Element dieser Vermarktung ist die ‚Personalisierung‘. Die Einführung der Kategorie ‚ARD-Chefredakteure‘ führte zu mehr als doppelt so vielen Seitenzugriffen auf das Blog (vgl. Kapitel 4). Auch das größere

Medieninteresse stellte sich erst ein, als Gniffke und Hinrichs begannen zu bloggen. Siehe auch Kapitel 4.4.

CEO- oder Executive-Blogs sind in der freien Wirtschaft nichts Neues. Einer der bekanntesten ist das Weblog von Jonathan Schwartz (<http://blogs.sun.com/jonathan/>), der CEO der kalifornischen Computerfirma *Sun* „...kommentiert – nicht zu deren Freude – immer wieder mit klaren Worten die Strategien der Wettbewerber *IBM* und *HP*. Darüber hinaus finden sich Berichte über private Erlebnisse und Eindrücke“ (ZERFAß 2005, S. 122). Auch andere namenhafte Unternehmen wie *General Motors*, *Boeing* oder *SAP* lassen ihr Vorstandspersonal bloggen. „Auf diese Weise erhalten Organisationen ein Gesicht und eine Stimme, die facettenreich und ungefiltert kommunizieren kann“ (ZERFAß 2005, S.121).

Kai Gniffke verkündete Ende 2007, dass auch nach einem Jahr Blog weitergetextet wird. Ausschlaggebend dafür waren, laut Gniffke, das große Interesse der Blogleser und das „...persönliche Vergnügen mal wieder selbst Texte zu verfassen“ (GNIFFKE 2007-12-30). Gerade der Nachrichtenjournalismus lässt wenig Freiheiten. Kaum ein anderes Nachrichtenformat ist inhaltlich und stilistisch so gebunden wie die Tagesschau. Da eröffnet gerade das Blog als Medium, mit seinem freien Umgangston, eine ganz neue Ebene der Kommunikation mit den Rezipienten.

Unkontrolliert, dies zeigen auch die zahlreich Tipp- und Rechtschreibfehler in den Posts, können die Chefredakteure darüber schreiben, was sie in ihrer Arbeitswelt bewegt. Dabei verlassen sie die objektive Berichterstattungsebene und werden durch die subjektive Eigenschaft eines Blogs dazu gezwungen, ihre journalistische Distanz zu verringern. Gerade so können die Journalisten zeigen, wie viel Herzblut sie in ihre Arbeit stecken. Blogger Don Alphonso schreibt dazu: „Sie [die Weblogs; d. Ver.] erlauben dem Journalisten, über sein Lieblingsthema – sich selbst – zu berichten“ (ALPHONSO 2006a, S.94). Gniffke und Hinrichs vermitteln dabei das Bild der allzeit souveränen Chefredakteure, welche den journalistischen Prinzipien der Sendung treu bleiben. Die loyale Mitarbeiter der *ARD* sind und trotz vereinzelter Kritik, hinter dem Konzept des öffentlich/rechtlichen Rundfunks stehen. Dabei machen sie den Rezipienten immer wieder deutlich, dass sie sich sehr wohl der Verantwortung über die Ausgaben von Gebühren bewussten sind. Wer das Blog regelmäßig verfolgt, bekommt auch einen Eindruck, wie das Verhältnis der Chefredakteure untereinander ist. Bei unterschiedlicher Meinung, beispielsweise über den Ausgang des ‚Jo-Brauner-Cups‘, frotzeln beide gern gegen den jeweils Anderen.

Doch nicht nur die eigene Person wird von Gniffke und Hinrichs hervorgehoben. Über die vielen Einträge zu Personen in und um die Redaktion herum, erhalten auch anderen Mitarbeiter ein Profil. Dabei geben die Chefredakteure neben der eigentlichen Tätigkeit der Person auch immer ein Stück persönlicher Beziehung preis. Ob der Kloß im Hals beim Weggang von Anne Will, der Zorn über die Angriffe auf den

Korrespondenten Stephan Stuchlik, oder die Euphorie während der Handball-WM. Dem Leser wird der Eindruck vermittelt, wie die Chefredakteure über ihre Mitarbeiter denken. Sogar Fotos und Videos, die eigentlich nicht zur Veröffentlichung gedacht waren, werden den Bloglesern zugänglich gemacht. Jedoch wird in diesem Zusammenhang nicht über negative Vorkommen gebloggt. Für das Anprangern Einzelner oder die Austragung von internen Konflikten, wäre ein Blog der falsche Platz.

Die Journalistin und Bloggerin Katharina Borchert sagt, dass die Hervorhebung von Personen hinter den Medien sogar eine neue Art der Markenbildung ist. „Je höher die Medienkompetenz der Leute ist – und die steigt unaufhörlich -, desto mehr werden die Marken aber an Relevanz verlieren. Ich schätze, dass Glaubwürdigkeit von Inhalten dann vor allem an einzelnen Personen und Autoren festgemacht wird (BORCHERT 2007).

Einen Corporate Blog zu betreiben, heißt auch sich von seinen Konkurrenten abzuheben. Dies tun die Chefredakteure, indem sie einerseits ihren eigenen Standpunkt deutlich machen. Dieser ist in den meisten Fällen kein Standpunkt zu Inhalten, sondern eher zu Prinzipien der journalistischen Arbeit. Dabei kann die Redaktion besonders auf die lange Tradition des Formats Tagesschau bauen. Die seit über 50 Jahren bestehende Sendung ist eine Institution im deutschen Fernsehen. Sie steht für solide Berichterstattung und genießt eine hohe Glaubwürdigkeit, die durch den Blog nur noch erhöht wird. Diese ‚Vorherrschaft‘ des eigenen Produktes wird auch in den Blogeinträgen immer wieder betont. Man bezeichnet sich als „Flaggschiff“ (GNIFFKE 2007-06-19) des Nachrichtenjournalismus und verweist gern auf die hohen Zuschauerzahlen.

Andererseits zeigen Gniffke und Hinrichs, wo die Unterschiede zwischen den anderen Nachrichtenformaten in Deutschland liegen. An konkreten Beispielen, wie dem Video über die Hinrichtung Saddam Husseins oder des Amokläufers, zeigen sie, dass andere Grenzen überschreiten, welche die Redaktion von ‚ARD-aktuell‘ klar einhält.

Doch nicht nur zur eigenen Positionierung wird das Blog genutzt. Es wird auch direkt auf Kritik, in welcher Form auch immer, reagiert (vgl. Kapitel 5.3.7). In Zeiten, in denen viele Blogs sich mit Medien und deren Fehlgriffen beschäftigen, diese offen legen um so selbst Aufmerksamkeit zu erlangen, kann die Tagesschau mit ihrem eigenen Blog dem entgegenwirken, indem sie selbst die Fehler aufzeigt. Oder, wenn doch Kritik in der Blogosphäre auftaucht, direkt im eigenen Blog dazu Stellung nehmen (vgl. Kapitel 5.3.2).

6.3 Rezipienten

Für die Rezipienten bedeutet das Blog eine erweiterte Kommunikationsplattform über Zuschauerpost und E-Mail hinaus. Die Kritik, das Lob oder die Frage kann nun direkt an einen der Chefredakteure gerichtet werden. Mehr noch, man stellt sich mit seinem Kommentar dem gesamten Blogpublikum und muss damit rechnen auch von ihnen Feedback zu bekommen. Manche Frage oder Kritik, wird sogar idealer Weise durch bestehende Blogeinträge beantwortet. Für die Chefredakteure bedeutet dies, neben dem eigentlichen Verfassen von Blogeinträgen, dass sie auch im nachhinein Zeit für die Beantwortung oder Richtigstellung von Kommentaren aufbringen müssen.

Dennoch kann es vorkommen, dass Bedürfnisse der Kommentatoren nicht befriedigt werden. Dann wenn beispielsweise nicht auf den eigenen Kommentar reagiert wird. Wie bereits in Kapitel 5.4 dargelegt, können nicht alle Anfragen beantwortet werden. Die Kommunikation bleibt in diesem Fall einseitig. Wie in Kapitel 5.4.1.2 erwähnt, versuchen die Chefredakteure dem entgegen zu wirken, indem sie bei Diskussionen mit großer Beteiligung einen komplett neuen Blogeintrag verfassen. In diesem greifen sie dann möglichst viele Anfragen und Kritikpunkte auf.

Wenn jedoch ein Nutzer immer wieder ignoriert wird, könnte dies zu Frustration und schließlich zur Meidung des Blogs führen. Doch belässt es das Groß an Kommentatoren auch bei Kommentaren und erwartet nicht unbedingt ein Feedback. Ein Indiz dafür ist, dass auch nach Nichtbeachtung oder gegenteiliger Meinung viele Nutzer trotzdem wieder Kommentare im Blog hinterlassen. Allerdings lässt sich dies auf Grund der in Kapitel 5.2 bereits beschriebenen Problematik der nicht eindeutigen Zuweisung von Benutzernamen nicht eindeutig belegen. Trotzdem fühlen sich die Nutzer ernst genommen, da die Chefredakteure offen mit ihnen umgehen, Fehler eingestehen, andere Standpunkte respektieren und auch in ihren Posts immer wieder auf die Kommentare eingehen.

Wie bereits zu Beginn dieses Kapitels erwähnt, werden durch das Blog journalistische Standards vermittelt. In diesem Fall die Standards und Prinzipien der 'ARD-aktuell' Redaktion. Diese sind zwar, und das wird im Blog auch deutlich, nahezu unumstößlich, aber diskutierbar. Dazu fordern die Chefredakteure die Blogleser sogar immer wieder auf. Auch zu neuen Darstellungsformen oder einzelnen Beiträgen, sollen die Blogleser Stellung nehmen. Dies tun sie und auch wenn die Nutzer kein Lob ausdrücken, sondern ‚nur‘ diskutieren, ist dies ein Zeichen dafür, dass sie den Blog annehmen. Dabei ist es egal, ob sie die Meinung der Chefredakteure teilen oder nicht.

Im Gegenzug werden diejenigen, die den Blog regelmäßig verfolgen, zu ‚Insidern‘ des ‚ARD-Nachrichtenalltags‘. Durch die Blogeinträge wird das Interesse des Zuschauers an den Sendungen selbst gestärkt. Durch die

Hintergrundinformationen, die das Blog liefert, achten die Rezipienten nicht mehr nur darauf, welche Inhalte vermittelt werden, sondern auch wie. Die Blogleser erwarten bei Unregelmäßigkeiten sogar, dass sie später etwas dazu im Blog lesen (vgl. Kapitel 5.4.2). Auch vermittelt das Blog einen Eindruck davon, wie viel technisches und menschliches Know-how hinter der Produktion einer Nachrichtensendung gehört. Dies erhöht ebenfalls das Verständnis für die Materie an sich und für die möglicherweise manchmal nicht perfekten Sendungen. Die Mitteilungsfreiheit ist dabei natürlich begrenzt. Wie man an dem Beispiel der nicht frei gegebenen Nachrufliste (vgl. Kapitel 5.3.5) sehen kann, gibt es Redaktionsgeheimnisse, die nicht offengelegt werden. Ein Preis, den ein ernsthaftes journalistisches Format zahlen muss, um seine Integrität zu schützen. Es stellt sich aber dennoch die Frage, was bei aller propagierten Offenheit ebenfalls nicht im Blog preisgegeben wird. So wurden auch Fehler nicht sofort im Blog thematisiert. „Nach und nach haben wir gemerkt, welche Fragen die User interessieren. Nach und nach sind wir auch mutiger geworden. Haben gemerkt, dass Selbstkritisches durchaus honoriert wird, auch wenn natürlich immer eine Portion Häme im Preis mit drin ist“ (GNIFFKE 2007-12-30).

7. Ausblick

In Kapitel 1 wurden drei Leitfragen für die vorliegende Arbeit benannt: Können die Inhalte des blog.tagesschau.de die Arbeit der Nachrichtenredaktion transparenter machen? Wie reagieren die Rezipienten auf das erweiterte Angebot? Ist ein Weblog das richtige Medium, um die Arbeit einer Nachrichtenredaktion darzustellen? In den letzten drei Kapiteln wurden die Ergebnisse der Untersuchung dargestellt und anschließend die Implikationen diskutiert, die sich für die Redaktion und die Rezipienten ergeben. Damit wurden die Fragen, die dieser Arbeit zugrunde liegen, beantwortet. Nun soll abschließend ein über diese Arbeit hinaus gehender Ausblick gegeben werden.

Die jetzt schon bestehende Vielzahl von Weblogangeboten der Medien, siehe auch Kapitel 3, zeigt, dass es kein einheitliches Format geben kann. Ein bereits etabliertes Medium wird sich auch in seinem Blogangebot am bestehenden Image und den Nutzererwartungen orientieren. Das Blog von 'ARD-aktuell' zeigt, dass ein Blog einer Nachrichtenredaktion eine Bereicherung für Macher und Nutzer sein kann. In Zeiten, in denen der etablierte Journalismus fürchtet, durch die Blogger einen Teil ihrer Gatekeeperfunktion zu verlieren, nutzt 'ARD-aktuell' gerade dieses Medium um seine Position als glaubwürdiges Nachrichtenformat zu rechtfertigen. Wenn Journalisten als „Verkäufer ihrer selbst“ (WEISCHENBERGER 2007) bezeichnet werden und es immer mehr dazu kommt, dass Medieninhalte von PR-Agenturen oder Leserreportern gefüllt werden, ist das Blog eine geeignete Plattform, um außerhalb des eigentlichen Formats mit Transparenz für sich zu werben. So könnten auch andere Journalisten vom Bloggen profitieren.

Auf die Frage, ob er auch anderen Medien raten würde zu bloggen, antwortet Thomas Hinrichs: „Wenn sie nichts zu verbergen haben, immer. Es setzt allerdings ernsthaftes Interesse am und für den Zuschauer voraus. Ich würde mir sogar wünschen, dass RTL uns mal erzählt, warum sie in einer Nachrichtensendung so wenig Politik zeigen. Oder warum das heutejournal an absehbar quotenschwachen Tagen knapp drei Wochen im Jahr einfach ausfällt. Vor diesem Hintergrund würde ich aber doch wohl eher abraten“. (HINRICHS 2007a). Die Redaktion von 'ARD-aktuell' will ihren Blog ausweiten. „Eventuell werden wir auch die Sprecher und Moderatoren fragen, ob sie hin und wieder etwas schreiben wollen“ (SADROZINSKI 2007).

Eine Grundvoraussetzung für erfolgreiches Bloggen allerdings ist, da unterscheidet sich das Blog nicht von anderen Medienformaten, die Beteiligung des Publikums. Wenn diese, wie bei den Auslandskorrespondenten geschehen (vgl. Kapitel 4.3.3), nicht vorhanden ist, kann schnell die Lust am freiwilligen Bloggen verloren gehen. Gerade

das Format des Blogs setzt auf das Aktiv werden der Rezipienten, wenn sie nicht kommentieren, funktioniert es nicht.

Vor diesem Hintergrund bleibt die Frage offen, wie lange man ein solches Blog immer wieder mit interessanten Inhalten füllen kann. Natürlich werden immer wieder Fälle von getöteten Kindern oder niedlichen Eisbären nicht in der Tagesschau auftauchen. Doch müssen die Chefredakteure dies dann auch immer wieder thematisieren? Oder reicht es, wenn sie es exemplarisch an einem Fall getan haben? Können sie auf Dauer die Bedürfnisse und Erwartungen der regelmäßigen, und der immer wieder neu hinzukommenden Blogleser erfüllen? Um dies abschließend beurteilen zu können, müsste eine Auswertung der Blogbeiträge und Kommentare über einen längeren Zeitraum vorgenommen werden. Auch eine Nutzerbefragung würde, über die Auswertung der Kommentare hinaus, weitere Erkenntnisse über die Vor- und Nachteile des blog.tagesschau.de bringen.

Quellenverzeichnis

1 2007

1: Eva Hermann - *Kommentar Nr. 4* [online].
In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=806>>
[Abruf: 2007-01-12]

ALPHONSO 2006

Alphonso, Don: blogkadaver.sueddeutsche.de/faulende [online].
In: blogbar.de. -
<<http://www.blogbar.de/archiv/2006/05/04/blogkadaversueddeutsche/edefaultende/>> [Abruf 2008-02-10]

ALPHONSO 2006a

Alphonso, Don: Anything goes – Bloggen zwischen Beliebigkeit, Freiheit und der Dummheit der Neuen Medien Economy. In: Diemand, Vanessa (Hrsg.); Mangold, Michael (Hrsg.); Weibel, Peter (Hrsg.): Weblogs, Podcast und Videojournalismus (Telepolis). Hannover : Heise, 2006, S. 93-99

ANSCHUB 2007

anschub: Hurra, das Personalkarussell dreht sich wieder - *Kommentar Nr. 6* [online].
In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=267>>
[Abruf: 2007-01-16]

ANTON 2007

Anton: Tschö Anne ! – update mit Foto - *Kommentar Nr. 15* [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=659>> [Abruf 2008-01-19]

ARMBORST (2006)

Armborst, Matthias: Kopfjäger im Internet oder publizistische Avantgarde? Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten. Münster : Lit Verlag, 2006

AUGENZEUGEN 2008

Augenzeugen N24: Schicken Sie uns ihre Bilder und Videos [online]. In: www.n24.de
<http://www.n24.de/news/newsitem_55048.html>
[Abruf 2008-02-10]

BENZ 2007

Benz, Joey: Hurra, das Personalkarussell dreht sich wieder - *Kommentar Nr. 2* [online].
In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=267>>
[Abruf: 2007-01-16]

BEUING 2007

Beuing, A.E.: Eva Hermann – *Kommentar Nr. 15* [online].
In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=806>>
[Abruf 2007-12-28]

BILD online

Pittelkau, M.: ARD arbeitet schon an Heinos Nachruf! [online].
In: bild.t-online.de. - <<http://www.bild.t-online.de/BTO/leute/2007/10/05/heino-nachruf/ard-entsetzen,geo=2611286.html>> [Abruf 2008-01-04]

BLOOD 2000

Blood, Rebecca: Weblogs: A History and Perspective [online].
In: Rebecca's Pocket -
<http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html#content>
[Abruf 2008-01-24]

BÖHLER 2007

Böhler, Yvonne: Eva Hermann 2 – die Reaktionen
– *Kommentar Nr. 15* [online]. In: blog.tagesschau.de
<<http://blog.tagesschau.de/?p=821>> [Abruf 2008-01-13]

BOHNET 2007

Bohnet, Sascha: Tschö Anne ! – update mit Foto -
Kommentar Nr. 6 [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=659>> [Abruf 2008-01-19]

BORCHERT 2007

Borchert, Katharina: „Das muss man aufschreiben!“; Die Blogger
Katharina Borchert, 34 und Stefan Niggemeier, 37, über alte und
neue Medien, die Zukunft der Massenkommunikation und die
Mission der Blogger. In: die tageszeitung (2007-03-13), S. 13

BRONSKI 2007

Bronski: Die Autoren [online]. In: frblog.de. -
<http://www.frblog.de/?page_id=13> [Abruf 2008-02-13]

C.S. 2007

C.S. : Eva Hermann 2 – die Reaktionen
– *Kommentar Nr. 25* [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=821>> [Abruf 2008-01-13]

DERVANIL 2007

Das Tagesschau Blog: [online]. In: dervanil.de. -
<<http://www.dervanil.de/blog/2007/01/31/das-tagesschau-blog/>>
[Abruf 2007-12-27]

DIE REDAKTION 2007

Redaktion tagesschau.de: Afghanistan, Afghanistan –
Kommentar Nr. 10 [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=745>> [Abruf 2008-01-19]

FINN 2007

Finn : Heino lebt! – *Kommentar Nr. 2* [online].
In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=829>>
[Abruf 2008-01-13]

FIPS 2007

Fips: Tschö Anne ! – update mit Foto - *Kommentar Nr. 33*
[online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=659>> [Abruf 2008-01-19]

FOCUS 2005

Rebellen mit gutem Grund; Internet. In: Focus Magazin (2005),
Nr. 24, S. 94

GNIFFKE 2006-12-27

Gniffke, Kai: Tagesschau-Chefredakteure als Blogger [online].
In: blog.tagesschau.de - <<http://blog.tagesschau.de/?p=208>>
[Abruf 2007-12-21]

GNIFFKE 2007-01-02

Gniffke, Kai: Darf man Hinrichtungen zeigen? [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=218>> [Abruf 2007-01-06]

GNIFFKE 2007-01-08

Gniffke, Kai: Eines unserer heißesten Eisen: der „Aufsager“
[online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=229>> [Abruf 2007-12-28]

GNIFFKE 2007-01-10

Gniffke, Kai: Verflixt zäher Tag! [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=235>> [Abruf 2007-01-06]

GNIFFKE 2007-01-12

Gniffke, Kai: Günther Jauch kommt nicht! [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=239>> [Abruf 2007-01-06]

GNIFFKE 2007-01-16

Gniffke, Kai: Seehofers Freundin [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=247>> [Abruf 2007-01-09]

GNIFFKE 2007-01-24

Gniffke, Kai: Proporz in der ARD [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=262>> [Abruf 2007-01-06]

GNIFFKE 2007-01-31

Gniffke, Kai: Hurra, das Personalkarussell dreht sich wieder [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=267>> [Abruf 2007-01-06]

GNIFFKE 2007-02-02

Gniffke, Kai: Arbeiten in Zeiten der Handball-WM [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=271>> [Abruf 2007-01-09]

GNIFFKE 2007-02-05

Gniffke, Kai: And the winner is: Anne Will [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=276>> [Abruf 2007-01-06]

GNIFFKE 2007-02-20

Gniffke, Kai: Chefredakteur Hinrichs irrt! [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=313>> [Abruf 2007-01-06]

GNIFFKE 2007-02-27

Gniffke, Kai: Mitja [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=330>> [Abruf 2007-01-09]

GNIFFKE 2007-03-02

Gniffke, Kai: Hier sind: die "Newssingers" [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=344>> [Abruf 2007-01-06]

GNIFFKE 2007-03-21

Gniffke, Kai: Tagesschau statt Nabelschau [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=382>> [Abruf 2008-01-05]

GNIFFKE 2007-03-28

Gniffke, Kai: „Wir wechseln den Aufmacher“ [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=407>> [Abruf 2008-01-05]

GNIFFKE 2007-03-30

Gniffke, Kai: Knut! [online].

In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=408>> [Abruf 2008-01-05]

GNIFFKE 2007-04-06

Gniffke, Kai: Seit dieser Woche neu: Die Vorschau [online].

In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=419>>

[Abruf 2008-01-02]

GNIFFKE 2007-04-17

Gniffke, Kai: Der Amokläufer [online]. In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=430>> [Abruf 2008-01-02]

GNIFFKE 2007-04-20

Gniffke, Kai: Das Video des Amokläufers – nicht bei uns!

[online]. In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=432>> [Abruf 2008-01-10]

GNIFFKE 2007-04-25

Gniffke, Kai: Gebühren sind keine Subvention [online].

In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=437>> [Abruf 2008-01-10]

GNIFFKE 2007-05-03

Gniffke, Kai: Kein Stück aus Israel [online]. In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=440>> [Abruf 2008-01-03]

GNIFFKE 2007-05-10

Gniffke, Kai: Plan B [online]. In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=445>> [Abruf 2008-01-02]

GNIFFKE 2007-05-21

Gniffke, Kai: Nutzt die Tagesschau den Terroristen? [online].

In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=457>> [Abruf 2008-01-04]

GNIFFKE 2007-05-22

Gniffke, Kai: Erst die Meisterschale, dann drei tote Soldaten[online].

In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=458>> [Abruf 2008-01-10]

GNIFFKE 2007-05-30

Gniffke, Kai: „Fernsehnachrichten stark kommerzialisiert“ [online].

In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=464>> [Abruf 2008-01-04]

GNIFFKE 2007-06-07

Gniffke, Kai: Es geht eben auch mal etwas schief [online].

In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=522>> [Abruf 2008-01-02]

GNIFFKE 2007-06-14

Gniffke, Kai: Wir lesen vom Blatt - meistens [online]. In:

blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=613>> [Abruf 2007-12-28]

GNIFFKE 2007-06-19

Gniffke, Kai: Hofer auf dem Handy [online].

In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=637>> [Abruf 2008-01-02]

GNIFFKE 2007-06-26

Gniffke, Kai: Tschö Anne! – update mit Foto [online].

In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=659>> [Abruf 2008-01-02]

GNIFFKE 2007-07-03

Gniffke, Kai: Angriffe auf die Tagesschau [online].

In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=680>> [Abruf 2008-01-05]

GNIFFKE 2007-07-10

Gniffke, Kai: Vergebens produziert [online]. In: blog.tagesschau.de.

- <<http://blog.tagesschau.de/?p=730>> [Abruf 2007-12-28]

GNIFFKE 2007-07-12

Gniffke, Kai: Das tut richtig weh [online]. In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=737>> [Abruf 2008-01-03]

GNIFFKE 2007-07-17

Gniffke, Kai: Der Auftritt von Hannelore Krause [online].

In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=740>>

[Abruf 2008-01-04]

GNIFFKE 2007-07-21

Gniffke, Kai: Wer macht das Stück? [online]. In: blog.tagesschau.de.

- <<http://blog.tagesschau.de/?p=744>> [Abruf 2008-01-04]

GNIFFKE 2007-08-14

Gniffke, Kai: Der Sensationsfund [online]. In: blog.tagesschau.de. -

<<http://blog.tagesschau.de/?p=776>> [Abruf 2008-01-10]

GNIFFKE 2007-08-16

Gniffke, Kai: Das ging schief [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=779>> [Abruf 2008-01-02]

GNIFFKE 2007-09-10

Gniffke, Kai: Eva Hermann [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=806>> [Abruf 2008-01-10]

GNIFFKE 2007-09-18

Gniffke, Kai: Unsere Öffentlichkeitsarbeit [online]. In:
blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=819>> [Abruf 2008-01-10]

GNIFFKE 2007-09-21

Gniffke, Kai: Premiere: Thorsten Schröder – Kommentar Nr. 10
[online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=820>> [Abruf 2007-12-28]

GNIFFKE 2007-09-22

Gniffke, Kai: Premiere: Eva Hermann 2 – die Reaktionen [online].
In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=821>>
[Abruf 2007-12-28]

GNIFFKE 2007-09-25

Gniffke, Kai: Massenproteste in Birma, Myanmar und Burma
[online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=823>> [Abruf 2008-01-02]

GNIFFKE 2007-09-26

Gniffke, Kai: Nochmal Birma [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=824>> [Abruf 2008-01-02]

GNIFFKE 2007-10-05

Gniffke, Kai: Heino lebt! [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=829>> [Abruf 2008-01-04]

GNIFFKE 2007-10-10

Gniffke, Kai: JO-BRAUNER-CUP – die wahre Geschichte [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=857>> [Abruf 2008-01-04]

GNIFFKE 2007-10-19

Gniffke, Kai: Die Tagesschau und der Imperialismus [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=865>> [Abruf 2008-01-05]

GNIFFKE 2007-12-30

Gniffke, Kai: Ein Jahr blog – und nun? [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=922>> [Abruf 2008-01-12]

GNIFFKE K. 4

Gniffke, Kai: Porporz in der ARD - *Kommentar Nr. 4*
[online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=262>> [Abruf 2007-01-06]

GNIFFKE K. 6

Gniffke, Kai: Seit dieser Woche neu: Die Vorschau –
Kommentar Nr. 6 [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=419>> [Abruf 2008-01-16]

GNIFFKE K. 7

Gniffke, Kai: Unser Aufmacher: Orkan – *Kommentar Nr. 7*
[online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=254>> [Abruf 2008-01-16]

GNIFFKE K. 7a

Gniffke, Kai: Seit dieser Woche neu: Die Vorschau –
Kommentar Nr. 7 [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=419>> [Abruf 2008-01-16]

GNIFFKE K. 9

Gniffke, Kai: Hurra, das Personalkarussell dreht sich wieder -
Kommentar Nr. 9 [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=267>> [Abruf 2007-01-06]

GNIFFKE K. 9a

Heino lebt! – *Kommentar Nr. 9* [online].
In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=829>>
[Abruf 2008-01-13]

GNIFFKE K. 10

Gniffke, Kai: Hurra, das Personalkarussell dreht sich wieder -
Kommentar Nr. 10 [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=267>> [Abruf 2007-01-06]

GNIFFKE K. 19

Gniffke, Kai: Erst die Meisterschale, dann drei tote Soldaten -
Kommentar Nr. 19 [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=458>> [Abruf 2008-01-10]

GNIFFKE K. 25

Gniffke, Kai: Tschö Anne ! – update mit Foto -
Kommentar Nr. 25 [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=659>> [Abruf 2008-01-19]

GNIFFKE K. 33

Gniffke, Kai: Bitte Feedback! - *Kommentar Nr. 33* [online].
In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=610>> [Abruf 2007-01-06]

GRABOWICZ 2003

Grabowicz, Paul: Weblogs Bring Journalists Into a Larger
Community [online]. In: Nieman Reports – Journalism and Black
America: Then and Now.
<<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf>>
[Abruf 2008-01-22]

HELMUT 2007

Helmut: Das ging schief – *Kommentar Nr. 7* [online].
In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=779>> [Abruf
2008-01-16]

HINRICHS 2007a

Hinrichs, Thomas: AW: Diplomarbeit: E-Mail von Thomas Hinrichs
<hinrichs@tagesschau.de> (2007-12-27)

HINRICHS 2007b

Hinrichs, Thomas: Tagesschau-Blogger zum Grimme Online Award:
Erkenntnisgewinn - nicht nur für ein Häuflein Interessierter [online].
In: tagesschau.de
<<http://www.tagesschau.de/kultur/meldung20646.html>>
[Abruf 2008-01-22]

HINRICHS 2007-01-03

Hinrichs, Thomas: Gehört der tragische Tod eines 14-jährigen
Jungen in die Tagesschau? [online]. In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=219>> [Abruf 2008-01-04]

HINRICHS 2007-01-11

Hinrichs, Thomas: Wann sollen Journalisten ihr Leben riskieren?
[online]. In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=236>> [Abruf 2007-12-30]

HINRICHS 2007-01-17

Hinrichs, Thomas: Wie kommt Condie in die tagessthemen? [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=251>> [Abruf 2008-01-04]

HINRICHS 2007-01-25

Hinrichs, Thomas: Hinten raus was Lustiges?[online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=263>> [Abruf 2008-01-09]

HINRICHS 2007-01-29

Hinrichs, Thomas: Amerika hat Wort gehalten – gegenüber den tagesthemen! [online]. In: blog.tagesschau.de -
< <http://blog.tagesschau.de/?p=266>> [Abruf 2008-01-04]

HINRICHS 2007-01-31

Hinrichs, Thomas: Magath oder Masri? [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=266>> [Abruf 2008-01-10]

HINRICHS 2007-02-02

Hinrichs, Thomas: Gesundheitsreform in 90 Sekunden – geht das? [online]. In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=274>> [Abruf 2008-01-04]

HINRICHS 2007-02-09

Hinrichs, Thomas: Der Kommentar in den tagesthemen: Ein Fall für die Mottenkiste? [online]. In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=287>> [Abruf 2007-12-30]

HINRICHS 2007-02-19

Hinrichs, Thomas: Karneval in Hamburg [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=312>> [Abruf 2008-01-06]

HINRICHS 2007-03-07

Hinrichs, Thomas: Kabul wir haben ein Problem [online]. In: blog.tagesschau.de - < <http://blog.tagesschau.de/?p=351>> [Abruf 2007-12-30]

HINRICHS 2007-03-10

Hinrichs, Thomas: Entführungsvideos [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=356>> [Abruf 2007-12-30]

HINRICHS 2007-03-14

Hinrichs, Thomas: Appell des Bundespräsidenten [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=363>> [Abruf 2008-01-04]

HINRICHS 2007-04-11

Hinrichs, Thomas: Wenn Legenden gehen... [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=424>> [Abruf 2008-01-06]

HINRICHS 2007-04-17

Hinrichs, Thomas: Wenn Journalisten verprügelt werden [online]. In:
blog.tagesschau.de - <<http://blog.tagesschau.de/?p=429>> [Abruf
2007-12-30]

HINRICHS 2007-04-24

Hinrichs, Thomas: Ein Ex-Terrorist im Interview – Kommentar Nr. 6
[online]. In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=436>> [Abruf 2008-01-03]

HINRICHS 2007-04-30

Hinrichs, Thomas: Der Krieg heißt jetzt Krieg [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=439>> [Abruf 2008-01-02]

HINRICHS 2007-05-10

Hinrichs, Thomas: Der schwarze Block – Kommentar Nr. 34
[online]. In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=443>> [Abruf 2008-01-03]

HINRICHS 2007-05-17

Hinrichs, Thomas: Weiße Flecken [online]. In: blog.tagesschau.de -
< <http://blog.tagesschau.de/?p=453>> [Abruf 2007-12-30]

HINRICHS 2007-05-26

Hinrichs, Thomas: Titanic titanisch [online]. In: blog.tagesschau.de.
- <<http://blog.tagesschau.de/?p=462>> [Abruf 2007-12-27]

HINRICHS 2007-06-05

Hinrichs, Thomas: Wir lagern aus! [online]. In: blog.tagesschau.de -
< <http://blog.tagesschau.de/?p=483>> [Abruf 2008-01-04]

HINRICHS 2007-06-19

Hinrichs, Thomas: Höchste Anspannung bei 13 Toten [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=636>> [Abruf 2008-01-04]

HINRICHS 2007-06-28

Hinrichs, Thomas: Anne Tschö, Teil 2 [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=666>> [Abruf 2008-01-04]

HINRICHS 2007-06-29

Hinrichs, Thomas: Null Toleranz [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=759>> [Abruf 2008-01-04]

HINRICHS 2007-07-10

Hinrichs, Thomas: Machen wir den Flieger? [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=711>> [Abruf 2008-01-04]

HINRICHS 2007-07-12

Hinrichs, Thomas: Geiseldesgeschäfte [online]. In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=732>> [Abruf 2008-01-04]

HINRICHS 2007-07-19

Hinrichs, Thomas: Höchste Anspannung bei 13 Toten [online]. In:
blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=636>> [Abruf 2008-01-16]

HINRICHS 2007-07-29

Hinrichs, Thomas: Null Toleranz [online]. In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=759>> [Abruf 2008-01-16]

HINRICHS 2007-08-07

Hinrichs, Thomas: Chinesische Spiele [online]. In:
blog.tagesschau.de - <<http://blog.tagesschau.de/?p=770>>
[Abruf 2007-12-30]

HINRICHS 2007-08-22

Hinrichs, Thomas: Simbabwe [online]. In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=782>> [Abruf 2007-12-30]

HINRICHS 2007-08-28

Hinrichs, Thomas: Russlanddeutsche [online]. In: blog.tagesschau.de
- <<http://blog.tagesschau.de/?p=797>> [Abruf 2007-12-30]

HINRICHS 2007-09-12

Hinrichs, Thomas: Rundfunkgebühren [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=810>> [Abruf 2008-01-10]

HINRICHS 2007-10-10

Hinrichs, Thomas: Jo-Brauner-Cup, Ergebnis [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=848>> [Abruf 2008-01-06]

HINRICHS 2007-10-17

Hinrichs, Thomas: Tonproblem in der tagesschau [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=863>> [Abruf 2008-01-02]

HINRICHS 2007-10-23

Hinrichs, Thomas: Die Bahn nervt [online].
In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=867>> [Abruf 2008-01-09]

HINRICHS K. 6

Hinrichs, Thomas: Null Toleranz – *Kommentar Nr. 6* [online]. In:
blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=759>>
[Abruf 2008-01-16]

HINRICHS K. 9

Hinrichs, Thomas: Amerika hat Wort gehalten – gegenüber den
tagesthemen – *Kommentar Nr. 9* [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=266>> [Abruf 2008-01-13]

HINRICHS K. 12

Hinrichs, Thomas: Machen wir den Flieger? – *Kommentar Nr. 12*
[online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=711>> [Abruf 2008-01-16]

HINRICHS K. 29

Hinrichs, Thomas: Höchste Anspannung bei 13 Toten –
Kommentar Nr. 29 [online]. In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=636>> [Abruf 2008-01-04]

INFRATEST DIMAP 2007

Infratest dimap: ARD-DeutschlandTREND [online]. In: infratest-
dimap.de - <<http://www.infratest-dimap.de/?id=16&english>> [Abruf
2007-12-21]

JARVIS 2004

Jarvis, Jeff: Journalisten und Blogger sind keine Konkurrenz
[online]. In: netzzeitung.de -
<<http://www.netzzeitung.de/medien/308916.html>>
[Abruf 2008-02-07]

KLÄUSER 2007

Kläuser, Horst: ...was gutes über Russland schreiben...(positive Story
gesucht) [online]. In: blog.tagesschau.de -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=476>> [Abruf 2007-12-26]

KLAUS_2007

Klaus_2007: Eva Hermann – *Kommentar Nr. 195* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=806>> [Abruf 2007-12-28]

KOMMENTARRICHTLINIEN

Kommentarrichtlinien blog.tagesschau.de: Kommentarrichtlinien [online]. In: blog.tagesschau.de - <http://blog.tagesschau.de/?page_id=150> [Abruf 2008-01-13]

KONSTANTIN 2007

Konstantin: Tschö Anne ! – update mit Foto - *Kommentar Nr. 4* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=659>> [Abruf 2008-01-19]

MARQUARDT 2007

Marquardt, Robert: Amerika hat Wort gehalten – gegenüber den tagesthemen – *Kommentar Nr. 4* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=266>> [Abruf 2008-01-13]

MARTIN 2007

Martin: Machen wir den Flieger? – *Kommentar Nr. 8* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=711>> [Abruf 2008-01-16]

MARTINA 2007

Martina: Massenproteste in Birma, Myanmar und Burma – *Kommentar Nr. 12* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=823>> [Abruf 2008-01-16]

MERNIT 2003

Mernit, Susan: Kevin Sites and the Blogging Controversy [online]. In: ojr.org USC Annenberg School for Communication. - <<http://www.ojr.org/ojr/workplace/1049381758.php>> [Abruf 2008-02-09]

MIC 2007

mic: Tschö Anne ! – update mit Foto - *Kommentar Nr. 28* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=659>> [Abruf 2008-01-19]

MODERATOR 2007

Moderation tagesschau.de: Der schwarze Block – *Kommentar Nr. 42* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=711>> [Abruf 2008-01-19]

MOHR 2007

Mohr, Fabian: Quälende Langeweile auf blog.tagesschau.de.
[online]. In: [onlinejournalismus.de](http://www.onlinejournalismus.de) -
<<http://www.onlinejournalismus.de/2007/04/21/quelende-langeweile-auf-blogtagesschaude/>> [Abruf 2007-12-27]

MRAZEK 2004

Mrazek, Thomas: Subjektive Sichtweise. In: *Journalist* 11 (2004),
Nr. 11, S. 45-47

NEUBERGER 2005

Neuberger, Christoph: Formate der aktuellen Internetöffentlichkeit.
Über das Verhältnis von Weblogs, Peer-to-Peer-Angeboten und
Portalen zum Journalismus – Ergebnisse einer explorativen
Anbieterbefragung. In: *Medien und Kommunikationswissenschaft*
(2005), 53. Jg., H. 1, S. 73-92.

NDR-INFO 2007

NDR-Info. ARD-aktuell: „Tagesschau“ und Co. [online]. In: [ndr-info.de](http://www.ndr-info.de) - <<http://www.ndr-info.de/unternehmen/organisation/faq/ndr340.html>> [Abruf 2007-12-22]

NIGGEMEIER 2007

Niggemeier, Stefan: Journalisten mit Fachkenntnis gesucht [online].
In: [stefan-niggemeier.de](http://www.stefan-niggemeier.de). - <<http://www.stefan-niggemeier.de/blog/journalisten-mit-fachkenntnis-gesucht/>> [Abruf 2008-01-03]

NORBA 2007

norba: Das ging schief – *Kommentar Nr. 6* [online].
In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=779>> [Abruf 2008-01-16]

OHOH 2007

ohoh: Sentimentalität kostet Zeit – *Kommentar Nr. 7* [online].
In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=460>> [Abruf 2008-01-16]

OLAFSON 2003

Olafson, Steve: A Reporter Is Fired for Writing a Weblog [online].
In: *Nieman Reports – Journalism and Black America: Then and Now*. <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf>> [Abruf 2008-01-22]

PB 2007

pb: Eva Hermann 2 – die Reaktionen – *Kommentar Nr. 12*
[online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=821>> [Abruf 2008-01-13]

PEGASUS 2007

pegasus: Premiere: Thorsten Schröder – *Kommentar Nr. 1*
[online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=820>> [Abruf 2007-12-28]

PRESSE PORTAL 2006

Tagesschau-Chefredakteure als Blogger: Premiere am 2. Januar
[online]. In: PRESSE PORTAL -
<<http://www.presseportal.de/story.htx?nr=919929>> [Abruf 2007-12-26]

REITZIG 2007

Reitzig, Daniel: Jetzt hebt sie ab, die blog.tagesschau.de... [online].
In: danielreitzig.de. - <<http://www.danielreitzig.de/?p=60>> [Abruf 2007-12-27]

ROBERT 2007

Robert: Unser Aufmacher: Orkan – *Kommentar Nr. 1* [online]. In:
blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=254>> [Abruf 2008-01-16]

ROBERT 2007a

Robert: Seit dieser Woche neu: Die Vorschau – *Kommentar Nr. 3*
[online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=419>> [Abruf 2008-01-16]

RUHRMANN 2007

Ruhrmann, Georg; Göbbel, Roland: Veränderung der
Nachrichtenfaktoren und Auswirkungen auf die journalistische
Praxis in Deutschland [online]. In: www.netzwerkrecherche.de -
<[http://www.netzwerkrecherche.de/docs/ruhrmann-goebbel-
veraenderung-der-nachrichtenfaktoren.pdf](http://www.netzwerkrecherche.de/docs/ruhrmann-goebbel-veraenderung-der-nachrichtenfaktoren.pdf)> [Abruf 2008-01-05]

SADROZINSKI 2006

Sadrozinski, Jörg: Los geht's [online]. In: blog.tagesschau.de. -
<<http://blog.tagesschau.de/?p=86>> [Abruf 2007-12-21]

SADROZINSKI 2007

Sadrozinski, Jörg: AW: Diplomarbeit: E-Mail von Jörg Sadrozinski
<sadrozinski@tagesschau.de> (2008-01-07)

SADROZINSKI 2007a

Sadrozinski, Jörg: AW: Diplomarbeit: E-Mail von Jörg Sadrozinski <sadrozinski@tagesschau.de> (2008-01-09)

SCHMIDT 2006

Schmidt, Jan: Weblogs. Konstanz : UvK, 2006

SCHMIDT 2006a

Schmidt, Jan; Wilbers, Martin: Wie ich blogge?! Erste Ergebnisse der Weblogbefragung 2005 – Berichte der Forschungsstelle „Neue Kommunikationsmedien“, Nr. 06-01 [online]. In: www.fonk-bamberg.de. <<http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkbericht0601.pdf>>

SCHORLEBLOG 2007

Lambrecht, Oliver: mit dem blog zur weltpolitik [online]. In: schorleblog.de. - <<http://www.schorleblog.de/index.php/2007/06/08/mit-dem-blog-zur-weltpolitik/>> [Abruf 2008-01-03]

SCHÜRIG 2007

Schürig, Henning: Kommentar-Zensur beim Tagesschau-Blog [online]. In: henningschuerig.de. - <<http://www.henningschuerig.de/blog/2007/01/24/kommentar-zensur-beim-tagesschau-blog/>> [Abruf 2007-12-27]

SEIDLER 2007

Seidler, Christoph; Soukup, Michael: Wenn Fernsehmacher bloggen, fliegen die Fetzen. In: SonntagsZeitung (2007-10-14), S. 124

SIFRY 2006

Sifry, David: State of the Blogosphere, October, 2006 [online]. In: technorati.com. - <<http://technorati.com/weblog/2006/11/161.html>> [Abruf 2008-01-24]

SILENTBLOG 2007

Osada, Dirk: Tagesschau-Blog [online]. In: silentblog.de. - <<http://silentblog.de/index.php?/archives/195-Tagesschau-Blog.html>> [Abruf 2008-01-03]

SIMON 2007

Simon: Das ging schief – *Kommentar Nr. 1* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=779>> [Abruf 2008-01-16]

SONNABEND 2007

Sonnabend, Lisa: Das Phänomen Weblogs – Beginn einer Medienrevolution? [online]. In: netzthemen.de - <<http://www.netzthemen.de/sonnabend-weblogs>> [Abruf 2008-01-24]

SONNABEND 2007a

Sonnabend, Lisa: Das Flaggschiff wird zum Speedboat [online]. In: sueddeutsche.de - <<http://www.sueddeutsche.de/kultur/artikel/752/100652/>> [Abruf 2007-12-27]

SVEN 2007

Sven: Massenproteste in Birma, Myanmar und Burma – *Kommentar Nr. 32* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=823>> [Abruf 2008-01-23]

TEXT & BLOG 2007

Text & Blog: Wie kommt Condi in die tagesthemen? – *Kommentar Nr. 1* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=251>> [Abruf 2008-01-16]

TITANIC 2007

Titanic: blog.tagesschau.de. In: Titanic (2007), Nr. 6, S. 28-29

TOBI 2007

Tobi: Afghanistan, Afghanistan – *Kommentar Nr. 8* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=745>> [Abruf 2008-01-19]

TOOLAN 2003

Toolan, Brian: An Editor Acts to Limit a Staffer's Weblog [online]. In: Nieman Reports – Journalism and Black America: Then and Now. <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf>> [Abruf 2008-01-22]

UDO 2007

Udo: Massenproteste in Birma, Myanmar und Burma – *Kommentar Nr. 13* [online]. In: blog.tagesschau.de. <<http://blog.tagesschau.de/?p=823>> [Abruf 2008-01-23]

VAN ROSSUM 2007

Van Rossum, Walter: Die Tagesshow oder die Welt in 15 Minuten [online]. In: www.dradio.de. - <<http://www.dradio.de/download/69581/>> [Abruf 2008-01-05]

VAN ROSSUM 2007a

Van Rossum, Walter: Die Tagesshow – Wie man in 15 Minuten die Welt unbegreiflich macht. Jena : Kiepenhauer & Witsch, 2007

VIPBLOG 2007

VIP Blog RTL: Knast für Paris Hilton – ja oder nein? [online]. In: vipblog.rtl.de. - <<http://vipblog.rtl.de/index.php?/archives/49-Vip-Blog-Knast-fuer-Paris-Hilton-ja-oder-nein.html>> [Abruf 2008-01-05]

VON MATT 2007

Von Matt, Jean-Remy: "Die Klowände sind aktueller denn je"; Jean-Remy von Matt äußert sich erstmals ausführlich zur Debatte über seine Blog-Definition und die Rolle von Blogs für das Marketing. In: Horizont (2007-04-19), S. 30

W. 2007

W. Bernhard: Null Toleranz – *Kommentar Nr. 1* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=759>> [Abruf 2008-01-16]

WELKER 2006

Welker, Martin: Weblogs: Neues Werkzeug für Journalisten. In: Picot, Arnold; Fischer, Tim: Weblogs professionell. Heidelberg : dpunkt.Verlag, 2005. S. 157-171

WALTER 2007

Walter: Seit dieser Woche neu: Die Vorschau – *Kommentar Nr. 2* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=419>> [Abruf 2008-01-16]

WEISCHENBERG 2007

Weischenberg, Siegfried: Verkäufer ihrer selbst [online]. In: zeit.de - <<http://www.zeit.de/2007/43/Medienkritik>> [Abruf 2008-02-14]

WELTY 2007

Welty, Ute: Tagesschau-Blogger zum Grimme Online Award: Erkenntnisgewinn - nicht nur für ein Häuflein Interessierter [online]. In: tagesschau.de - <<http://www.tagesschau.de/kultur/meldung20646.html>> [Abruf 2007-12-22]

WILL 2007

Will, Anne: Tschö Anne ! – update mit Foto - *Kommentar Nr. 27* [online]. In: blog.tagesschau.de. - <<http://blog.tagesschau.de/?p=659>> [Abruf 2008-01-19]

WILLEY 2003

Willey, Keven Ann: Readers Glimpse an Editorial Board's Thinking [online]. In: Nieman Reports – Journalism and Black America: Then and Now. <<http://www.nieman.harvard.edu/reports/03-3NRfall/V57N3.pdf>> [Abruf 2008-01-22]

ZERFAß 2005

Zerfaß, Ansgar; Boelter, Dietrich: Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien. Graz: Nausner & Nausener, 2005

Abbildungsverzeichnis:

Abb. 1: blog.tagesschau.de zum US-Wahlkampf (2004)

Quelle: <http://www.pcwelt.de/start/dsl_voip/archiv/101725/>

[Abruf 2007-12-20]

Abb. 2: Screenshot des blog.tagesschau.de vom 22.12.2007

Quelle: blog.tagesschau.de <<http://blog.tagesschau.de/>> [Abruf 2007-12-22]

Abb. 3: Suchfenster auf blog.tagesschau.de

Quelle: blog.tagesschau.de <<http://blog.tagesschau.de/>>

[Abruf 2007-12-22]

Abb. 4: Aufbau der Kategorien

Quelle: blog.tagesschau.de <<http://blog.tagesschau.de/>>

[Abruf 2007-12-22]

Abb. 5: Titanic-Artikel über blog.tagesschau.de

Quelle: Titanic (2007), Nr. 6, S. 28

Abb. 6: Diagramm: Aufteilung der Blogbeiträge nach Themenkomplexen

Quelle: (Eigene Darstellung)

Abb. 7: Abschiedfeier von Anne Will Quelle: blog.tagesschau.de

Quelle: blog.tagesschau.de <<http://blog.tagesschau.de/?p=659>>

[Abruf 2007-12-22]

Abb. 8: Foto der ‚Newssingers‘

Quelle: blog.tagesschau.de <<http://blog.tagesschau.de/?p=344>>

[Abruf 2008-01-22]

Abb. 9: Mannschaftsfoto –Planungsteam

Quelle: blog.tagesschau.de <<http://blog.tagesschau.de/?p=857>>

[Abruf 2008-01-22]

Abb. 10: Thomas Hinrichs und Kai Gniffke (r.)

– Abschiedsvideo für Anne Will

Quelle: blog.tagesschau.de <<http://blog.tagesschau.de/?p=666>>

[Abruf 2008-01-22]

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Anzahl der Blogbeiträge, aufgeteilt in Monate und Verfasser
Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 2: Anzahl der Blogbeiträge nach Uhrzeit
Quelle: Eigene Darstellung

Tab. 3: Meiste Kommentare nach Blogbeiträgen
Quelle: Eigene Darstellung

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Hinrichs, Thomas: AW: Diplomarbeit: E-Mail von Thomas
Hinrichs <hinrichs@tagesschau.de> (2007-12-27)

Anlage 2: Sadrozinski, Jörg: AW: Diplomarbeit: E-Mail von Jörg
Sadrozinski <sadrozinski@tagesschau.de> (2008-01-07)

Anlage 3: Sadrozinski, Jörg: AW: Diplomarbeit: E-Mail von Jörg
Sadrozinski <sadrozinski@tagesschau.de> (2008-01-09)

Anlage 1:

Mail von Thomas Hinrichs vom 27.12.2007

Betr.: Diplomarbeit
hinrichs an Sie - 27. Dez 2007 Weitere Angaben

Sehr geehrte Frau meonig,

vielen Dank für Ihre Anfrage. In der Tat sind wir das häufig gefragt worden und haben eigentlich überhaupt keine Zeit für die Beantwortung solcher Fragen, dennoch in aller Kürze, vielleicht schaffe ich es dann doch noch, heute zu Pakistan zu bloggen.

Zu Frage 1: Die Initiative ging vom Leiter unserer tagesschau.de-Redaktion, Herrn Jörg Sadrozinski aus. Er fragte, ob wir mitmachen wollen. Wir haben unser Zeitbudget betrachtet, deswegen innerlich abgelehnt, aber doch mitgemacht. Die Gründe haben wir im ersten Videoblogeintrag 2007 erläutert.

Frage 2. Von unserer Seite aus, s. Videoblogeintrag vom 03.01.; es ist ein Service für unsere Zuschauer. Darüber hinaus sollten Sie sich an Herrn Sadrozinski wenden.

Frage 3: Der Diskurs ist anregend, nimmt einem allerdings keine journalistischen Aufgaben ab. Wir müssen aus unserer professionellen Perspektive Entscheidungen treffen. Die Gründe dafür machen wir transparent. Das kann man dann kritisieren im Blog, Einfluss darf das aber keinen haben, sieht man einmal davon ab, dass jede Äußerung den eigenen Horizont erweitert.

Es hat außerdem unserem völlig unberechtigt als verstaubt geltenden Image sehr geholfen. Wir sind hier hochmodern, so kann man es zeigen. Und wir haben einen schönen Grimme-Award gewonnen. Auch das hilft bei der Durchsetzung von Zukunftsvisionen.

Frage 4: Das machen wir Chefredakteure nach eigenem Gutdünken aus dem Tag heraus.

Frage 5: regelt die ts.de-redaktion, bitte dort anfragen

Frage 6: Wenn wir Zeit haben. manchmal schaffen wir es einfach nicht, obwohl wir gerne würden.

Frage 7: weiß ts.de- Redaktion

Frage 8: Kaum, keine Zeit.

Frage 9: Negativ: Es frisst Zeit, die man nicht hat. Positiv: Der direkte Draht zu den Zuschauern macht Spaß, auch wenn man mal auf die Nase bekommt.

Wir können Verständnis wecken für unsere Arbeit. Alles hat Gründe, meistens gute, die erklären, warum wir was wann warum gemacht haben. Die Medienseiten vieler auch seriöser Zeitungen haben entweder keine Zeit zum Recherchieren oder wollen die Wahrheit nicht wissen. Wir haben so die Möglichkeit, unseren interessierten Zuschauer sehr schnell auf dem Laufenden zu halten.

Frage 10: Wenn sie nichts zu verbergen haben, immer. Es setzt allerdings ernsthaftes Interesse am und für den Zuschauer voraus. Ich würde mir sogar wünschen, dass RTL uns mal erzählt, warum sie in einer Nachrichtensendung so wenig Politik zeigen. Oder warum das heute-journal an absehbar quotenschwachen Tagen knapp drei Wochen im Jahr einfach ausfällt. Vor diesem Hintergrund würde ich aber doch wohl eher abraten.

So, das waren jetzt zehn Minuten in aller Kürze...., ich muss hier jetzt weiter machen. Ich hoffe, Sie können was brauchen.

Besten Gruß

Th. Hinrichs

Zweiter Chefredakteur
ARD-aktuell
Hugh-Greene-Weg 1
22529 Hamburg
Tel.: +49/40/4156-5100
Fax: +49/40/4156-5480
hinrichs@tagesschau.de
www.tagesschau.de

Anlage 2:

Mail von Jörg Sadrozinski vom 07.01.2008

Betr.: Antwort: WG: z.Hd. Herrn Jörg Sadrozinski - Frage zu Diplomarbeit sadrozinski an Sie - 7. Jan

Liebe Frau Moenig,

die Kategorisierung wurde von uns (tagesschau.de) vorgenommen. Nachdem wir 2006 mit Kollegen aus dem ARD-Hauptstadtstudio begonnen haben, wollten wir zunächst deren Einträge der Übersichtlichkeit halber in unterschiedliche Themen unterteilen. Im Januar 2007 haben dann die Chefredakteure von 'ARD-aktuell' begonnen zu bloggen - ab diesem Zeitpunkt war eine Kategorisierung nötig, um den beiden Chefs einen "eigenen" Raum zu geben. Schließlich kamen die Kategorien "tagesschau.de", "Auslandskorrespondenten", "ARD-Deutschlandtrend" und thematische Rubriken (Europatour, G-8-Gipfel) hinzu. Wir wollten unsere Blogs in einem "Gefäß" sammeln, dennoch übersichtlich bleiben und den Autoren ihr "eigenes" Blog zur Verfügung stellen.

Die Auslandskorrespondenten bloggen so wenig, weil sie a.) wenig Zeit haben (sagen sie), b.) (zu) wenig Kommentare zu ihren Einträgen kommen und sie deshalb c.) vermutlich wenig Anreiz empfinden, zu bloggen.

Das wird vielleicht anders werden, wenn wir einige weitere Auslandskorrespondenten anfragen, die ggf. mehr Lust dazu haben. Eventuell werden wir auch Sprecher und Moderatoren fragen, ob sie hin und wieder etwas schreiben möchten.

Zugriffszahlen: Oktober 2007: 140.831 PageImpressions (PI), November 2007: 123.883 PI, Dezember 2007: 114.504

Für weitere Rückfragen stehe ich gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen,
Jörg Sadrozinski
Redaktionsleiter tagesschau.de

NDR/tagesschau.de
Hugh-Greene-Weg 1
22529 Hamburg
Tel.: 040/4156-5069
Fax: 040/4156-6468
E-Mail: sadrozinski@tagesschau.de
Internet: <http://www.tagesschau.de>

Anlage 3:

Mail von Jörg Sadrozinski vom 09.01.2008

Betr.: Antwort: Re: z.Hd. Herrn Jörg Sadrozinski - Frage zu Diplomarbeit
sadrozinski an Sie - 9. Jan

Liebe Frau Moenig,

Gesamtzahlen 2006 und 2007 lassen sich nicht vergleichen, da wir erst Mitte des Jahres 2006 mit dem Blog begonnen haben. Sie können in ihrer Arbeit schreiben, dass sich die Zugriffe seit dem Bloggen der Chefredakteure mehr als verdoppelt haben.

Die Kommentare werden nach redaktioneller Prüfung freigeschaltet.

Geprüft wird, ob der Beitrag inhaltlich passt und natürlich, ob er gegen die Kommentarrichtlinien verstösst (was aber erstaunlicherweise sehr selten der Fall ist). Unsere Kommentarrichtlinien finden Sie hier:

http://blog.tagesschau.de/?page_id=150.

Danke für den Hinweis, werden wir mal ausprobieren....

Mit freundlichen Grüßen,

Jörg Sadrozinski

Redaktionsleiter tagesschau.de

NDR/tagesschau.de

Hugh-Greene-Weg 1

22529 Hamburg

Tel.: 040/4156-5069

Fax: 040/4156-6468

E-Mail: sadrozinski@tagesschau.de

Internet: <http://www.tagesschau.de>

Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbstständig ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen Quellen und Hilfsmittel als die angegebenen benutzt zu haben. Die aus anderen Werken wörtlich entnommenen Stellen oder dem Sinn nach entlehnten Passagen sind durch Quellenangaben kenntlich gemacht.

Ich stimme zu, dass ein Exemplar der Diplomarbeit in den Bibliotheksbestand aufgenommen wird.

Hamburg, 27.02.2008