

Gegenentwurf zum Konzept der Arbeitsgruppe Medien

Im Abschlussbericht der Arbeitsgruppe Medien vom 01.10.2010 wird der Aufbau eines sorbischen Medienhauses empfohlen und vorgestellt. Hauptgrund für eine so konsequente Zentralisierung der sorbischen Medienlandschaft ist nach Auffassung der Arbeitsgruppe der Fakt, dass „keine der sorbischen Institutionen den heutigen medialen Anforderungen gerecht“¹ wird. Diese Mängel sind – vor allem in puncto neue Medien – größtenteils begründet, jedoch schießt das Konzept eines zentralen Medienhauses ziemlich über das Ziel hinaus. Das vorgeschlagene Zusammenlegen verschiedener Redaktionen wirkt einer gesunden Medienlandschaft eher entgegen.

Eingrenzung des Problems

Die einzelnen Institutionen haben in erster Linie die Aufgabe, sich inhaltlich um ihr Kerngebiet zu kümmern. Neue Medien führen darin eher ein Schattendasein, was aber nicht nur an mangelnden Ideen liegt, sondern auch an einer fehlenden effektiven Integration in die täglichen Arbeitsabläufe sowie an zu geringen Personalkapazitäten für die technische Umsetzung.

Medium Internet ist in keiner Institution „zu Hause“

Zur Zeit ist z.B. das Internet zwar eine anerkannte Marketingmaßnahme (alle sorbischen Institutionen haben ja eine eigene Website), allerdings wird es kaum als dynamisches und interaktives Medium verstanden und entspr. genutzt. Bei vielen Mitarbeitern spielt das Internet privat eine eher untergeordnete Rolle, was teilweise an der Altersstruktur liegt. Somit ist das Internet eher ein **lästiger Zusatzaufwand** („muss man ja machen heutzutage“) und wird auch in der Personalplanung (z.B. Domowina-Verlag: 0,5 Assistenzstelle) und Konzeption entspr. marginalisiert.

Mangelnde Integration in den Arbeitsablauf

Da aber nur wenig Medienkompetenz vorhanden ist, um das Internet schon konzeptionell zu integrieren, verzahnt es sich nur selten mit der täglichen Arbeit. Dabei könnte die kompetente Nutzung bei näherer Betrachtung sogar eine Arbeitserleichterung darstellen (z.B. Zeitungsbeiträge, die während der Abendveranstaltung vor Ort am Laptop geschrieben werden, sofort online erscheinen und am nächsten Vormittag als Artikel für die Printausgabe nur noch „etwas aufpoliert“ werden). Solange keine **nahtlose Integration in die Arbeitsabläufe** erfolgt, kann das Internet nicht ohne Zusatzaufwand inhaltlich bedient werden und bleibt nur ein zusätzlicher Kostenfaktor.

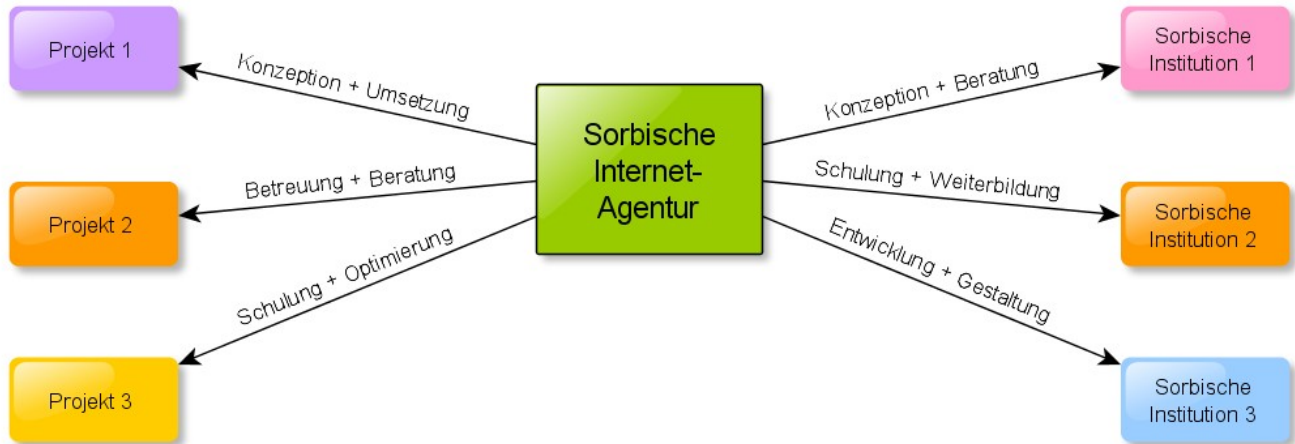
Keine Internet-Experten beschäftigt

Schließlich muss man sich der Tatsache stellen, dass die Internettechnologie inzwischen so vielfältig ist, sich ständig weiterentwickelt und Grundlage eines ganzen Industriezweiges ist. Den hohen Ansprüchen, die der Internetnutzer zurecht hat, kann man nur genügen, wenn entspr. **Experten beschäftigt** werden. Erst durch eine Zentralisierung der konzeptionellen, technischen und gestalterischen Aufgaben wäre der Bedarf groß genug, um ein Team mit entspr. Stellen zu den marktüblichen Preisen und Arbeitsbedingungen (Teamwork, Projektarbeit, ständige Weiterbildung etc.) zu besetzen.

1 Abschlussbericht der Arbeitsgruppe Medien, S. 2

Vorschlag: „Sorbische Internet-Agentur“

Die Lösung könnte die Gründung einer kleinen „Sorbischen Internet-Agentur“ sein, die für alle Institutionen als Dienstleister zur Verfügung steht, aber auch eigene (überinstitutionelle) Projekte umsetzt und betreut:



Personell wäre sie wie folgt zu besetzen:

- 1 LeiterIn (Leitung, Konzeption, Beratung, Schulung)
- 2 Web-EntwicklerIn (technische Umsetzung)
- 0,5 MediengestalterIn (gestalterische Umsetzung)
- 0,5 Online-RedakteurIn (redaktionelle und sprachliche Betreuung der eigenen Projekte)

Ziel soll nicht sein, die Internetseiten der einzelnen Institutionen zu füllen, sondern Lösungen bereitzustellen, die dies den entspr. Mitarbeitern ohne technisches Hintergrundwissen ermöglichen. So sollen die technischen Personalstellen der Institutionen in die Agentur übergehen. Als Dienstleister hat die Agentur inhaltlich auf die Institutionen keinen Einfluss, sondern wird von ihnen beauftragt, steht jedoch zumindest in beratender Funktion zur Seite. Als Kommunikationsschnittstelle zu den einzelnen Institutionen kommen am ehesten die sowieso installierten Marketingstellen in Frage.

Inhaltliche Überlegungen und Beispiele

Zentralisierung von Nachrichten und Terminen

Ein sog. Newsdesk steht sowohl in Vogts Studie² als auch im Abschlussbericht der Arbeitsgruppe³ an zentraler Stelle. Kern dieser Idee sollte jedoch nicht das Bedienen aller Medien aus einem Topf sein, sondern das Füllen eines Topfes durch alle Medien. Es sollte also möglich sein, z.B. zur einer Veranstaltung einen redaktionell verfassten Bericht der Tageszeitung genauso wie einen Bericht eines privaten Besuchers zu finden. Es sollte also nicht eine Vereinheitlichung der Meinungen, sondern deren Vielfalt fördern. Die einzelnen, derzeit bestehenden Redaktionen sollten inhaltlich und personell unabhängig bleiben.

² Gesamtkonzept zur Förderung der sorbischen Sprache und Kultur, S. 99

³ Abschlussbericht der Arbeitsgruppe Medien, S. 4

Fernsehen, Film und Radio – was wird damit?

Im der zentralen Skizze der Arbeitsgruppe⁴ sind „alle traditionellen und neuen Medien sowie Dienstleistungen“ gebündelt. In der Praxis wird es kaum möglich sein, z.B. für Fernseh-, Radio- und Filmproduktionen ausreichend know-how aufzubauen, um eigene Produktionen in akzeptabler Qualität zu gewährleisten. Diese Bereiche würde ich in diesem Entwurf deshalb komplett ignorieren. Zum einen wird es hier sowieso kaum möglich sein, rein sorbische Lösungen zu verwirklichen (sorb. Fernsehen und Radio würden ohne die derzeitige Einbettung in den MDR kaum in der gewohnten Qualität und Dichte existieren). Auch im Bereich Crossmediales Publizieren ist ein projektgebundenes Outsourcing (Ausschreibungen) geeigneter (und billiger) als der Aufbau eigener Fachabteilungen.

Zentrale sorbische Internetplattform – Illusion oder Ziel?

Zeitweise geistert der Begriff einer zentralen sorbischen Internetseite durch Konzepte, so auch im Konzept der Arbeitsgruppe⁵. Dies widerspricht jedoch komplett dem Gedanken des Internet als vernetztes Geflecht einzelner Seiten. Es ist durchaus sinnvoll, dass jede Institution ihre eigene Website hat, auch jedes sorbischen Printmedium sollte weiterhin ihre eigene Präsenz im Netz haben. Allerdings wird hier noch viel Potential verschenkt, was aber zentral zu lösen wäre:

- zentrale Aufarbeitung ausgewählter Themenbereiche, die als Mittel zur Außendarstellung dienen (z.B. Geschichte, Brauchtum, Sprachkurs in mehreren Sprachen)
- ganzheitliches Suchmaschinen-Konzept, um zentral zu klären, welche Seite zu welchem Begriff in die Suchmaschinen „gepushed“ wird
- Erstellung, Pflege und Nutzung von Schnittstellen (z.B. Termindatenbanken, Nachrichten-Feeds)
- internetspezifische Werbemaßnahmen (z.B. parallele Bannerkampagnen für einen Veranstaltung/ein Produkt auf allen sorbischen Websites)

Ich hoffe, mit diesen Gedanken einen Beitrag zur Diskussion leisten zu können. Es ist im Gegensatz zum Konzept der Arbeitsgruppe eine deutlich kleinere Lösung, die Kernprobleme werden dadurch aber gelöst.

Auf einen zielführenden Dialog,

Jan Budar

Standortleiter Unister Dresden und Mitglied der Stiftungsrates

4 Abschlussbericht der Arbeitsgruppe Medien, S. 4

5 Abschlussbericht der Arbeitsgruppe Medien, S. 2