

Einen Tag bei den Profi-Redakteuren vom Berliner Kurier

„Simon macht's möglich“ – Ein Traum wird wahr...!

oder die Reportage „Von der Überschrift zur fertigen Zeitung!“

Simon Kober vom Frühfunk des „Berliner Rundfunk 91,4“ erfüllt Wünsche von Hörern, die man mit Geld nicht kaufen kann.

Heute wurde der Wunsch des Kiezreporters aus Lichtenrade, Thomas Moser, erfüllt. Der größte Wunsch von Thomas Moser war, einen Tag bei einer Profi-Zeitungsredaktion zu verbringen.

Hier der Exklusivbericht in eigener Sache:

Irgendwann vor einigen Monaten habe ich mal, nur so zum Spaß, an den Berliner Rundfunk meinen Wunsch geschrieben und es schon fast vergessen. Ich habe eine Website für Lichtenrade und schreibe in meiner Freizeit viel über das Leben im Kiez. Lust hatte ich aber immer schon mal zu sehen, wie die Profis bei der „großen“ Zeitung arbeiten. Vor zwei Wochen bekam ich ganz überraschend einen Anruf vom Berliner Rundfunk. Simon Kober wollte meinen Wunsch erfüllen. Beim Berliner Kurier fand Simon Kober Gehör und mir wurde ein Tag in der Redaktion geschenkt. Aufregend waren schon die ersten Radiointerviews und komisch war es die eigene Stimme im Rundfunk zu hören. Fast hätte ich mich nicht wiedererkannt.

Endlich war es dann soweit und der große Tag beim Berliner Kurier war gekommen. Bei eisiger Kälte und Schneefall stapfte ich, ganz aufgeregt, zum Verlagshaus des Berliner Kurier am Alexanderplatz. Eine Redakteurin des Berliner Rundfunks begleitete mich durch den Tag, um Eindrücke für die Rundfunkhörer festzuhalten.

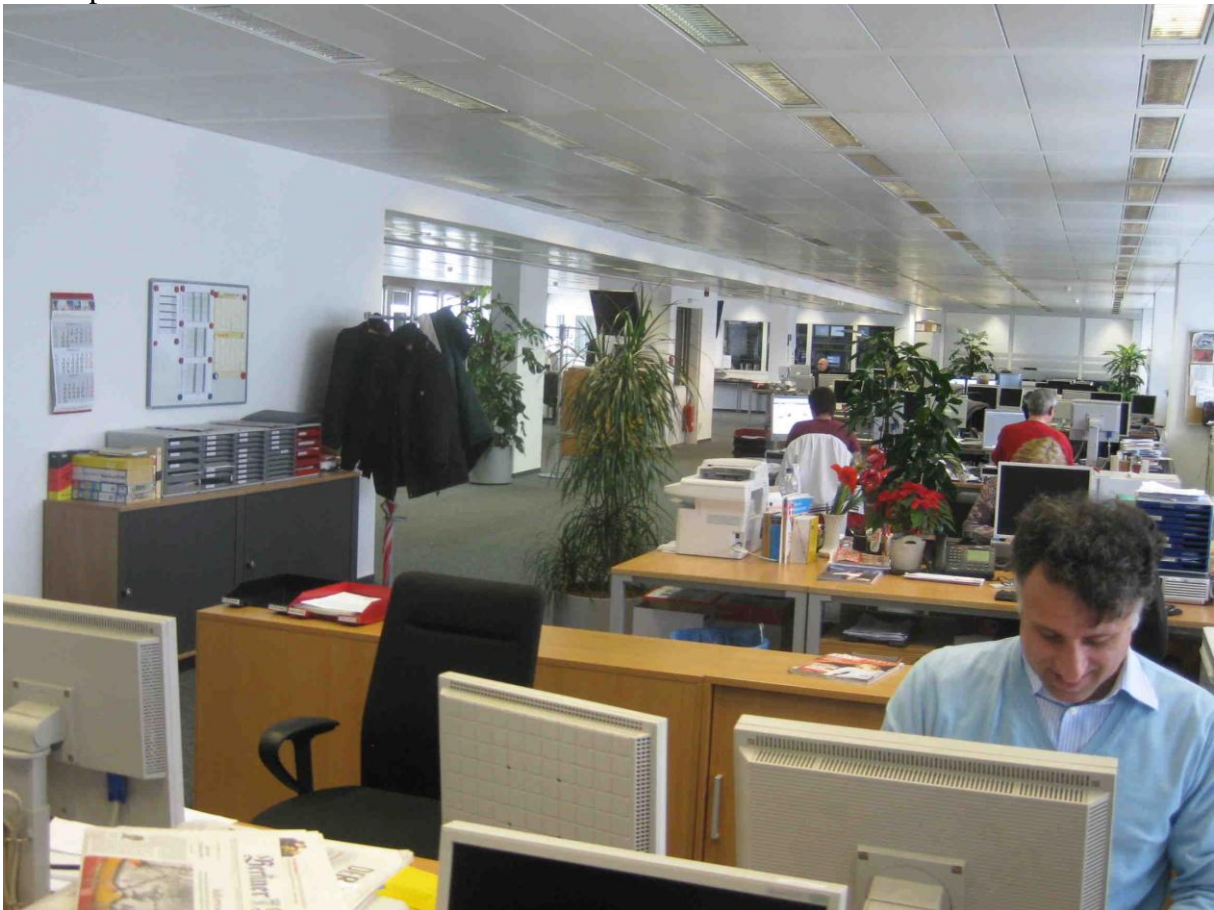


Das Verlagshaus. Die Redaktion vom Berliner Kurier residiert im 15. Stock.

9.15 Uhr: Der Pförtner schickte mich in den 15. Stock. Der Lokal-Chef Hans-Christian Bustorf empfängt mich in den Büroräumen des Verlagshauses. Im Großraumbüro der Lokalredaktion finden sich langsam die weiteren Redakteure ein.

9.45 Uhr: Mit schnellen Schritten liefen die Redaktionsmitglieder zum Sitzungsraum. Bei der morgendlichen Lokal-Konferenz wird die aktuelle Lage, kurz und knapp, erläutert. Was war in der Nacht los? Wie ist die Straßen- und Verkehrslage zu bewerten? Welche Promis sind in der Stadt? Welche Storys könnten den Leser interessieren?

Die Themen werden grob geplant und der vorläufige Platz in der Zeitung freigehalten. Die Platzierung der Anzeigen steht als Erstes bei dieser Planung fest. Um diese wichtige Einnahmequelle herum wird die ganze Zeitung gebaut. Wie zu erwarten war, wird im Lokalteil die Schneesituation, mit den Problemen bei der S-Bahn, eine wichtige Rolle spielen. Viele kleine Konferenzen, Planungen und Absprachen folgen. Die ersten Recherchen beginnen. Jeder scheint, ohne viele Worte, zu wissen, was zu machen ist. Ein Rad greift ins andere. Kurze knappe Infos werden immer wieder im Großraumbüro, über Schreibtische hinweg, durch den Raum gerufen. Ansonsten herrscht eher eine ruhige und entspannte Atmosphäre.



Das noch fast leere Büro. Der stellv. Ressortleiter Karim Mahmoud (rechts vorne) entwickelt den Tagesplan.

Jetzt stehen auf einmal acht Seiten mehr zur Verfügung, die zu füllen sind. Der Umfang der Zeitung wird durch die geschalteten Werbeaufräge bestimmt. Viele drucktechnische Aspekte müssen beachtet werden. Da müssen dann, möglichst immer tagesaktuell, neue Storys her.

12 Uhr: Die spannende große Konferenz der Ressortleiter beginnt. Diese wichtigste Sitzung im Tagesablauf der Zeitung findet im Büro des Chefredakteurs Hans-Peter Buschheuer statt. Eine Planungsübersicht über die zu füllenden Seiten wird verteilt. Nun liegen die Themen auf

dem Tisch. Heute sind es nicht die ganz großen Sensationen, die in Berlin anstehen. Aber auch so muss eine interessante Zeitung „zusammengebastelt“ werden. Hier beim Chefredakteur werden, in einer äußerst kreativen Runde, die Überschriften entwickelt. Einige Überschriften stehen schon nach Sekunden fest, andere hat der Chefredakteur im Kopf und andere werden erst im „Brainstorming“ entwickelt. Das Thema Nichtraucherschutz der „Volksinitiative Frische Luft für Berlin“ nimmt einen größeren Raum in der Diskussion ein. Jeder kann zu diesem Thema, aus eigener „Betroffenheit“, etwas beisteuern. Ansonsten versteht man sich in dieser Konferenz auch ohne viele Worte.

Nach einer knappen halben Stunde geht die Arbeit in den Redaktionen weiter. Viele Telefonate werden geführt. Die BSR zögert bei den gewünschten Angaben, weil man dort über die Berichterstattung vom letzten Tag nicht gerade erfreut war. Andere Reporter machen sich auf den Weg nach draußen und hoffen, dass sie nicht im Verkehrschaos stecken bleiben. Chefreporter Sascha Langenbach fährt zur Pressekonferenz von Harald Ehlert (Miteigentümer und ehemaliger Geschäftsführer der Treberhilfe), der von der Presse auch gerne als „Maserati-Harry“ bezeichnet wird. Auch Chefredakteur Buschheuer und Art-Director Martin Geiger sind jetzt im Trubel des Großraumbüros zu finden. Sie haben ihren Arbeitsbereich am Kopfende des großen Büros.

Beeindruckend ist, dass Hans-Peter Buschheuer überall zu finden ist. Er ist immer ansprechbar und mischt überall mit. Teamarbeit steht immer ganz weit oben. Hier kann und muss jeder seine Ideen einbringen. Selbst als ich zum Thema „Schneechaos“ auf die Schweizer Bahnen verweise, wo es ja bekanntermaßen besser klappen soll, nimmt man den Hinweis gerne auf. Und sofort fingen einige Redakteurinnen an, sich bei der Schweizer Eisenbahn nach deren Erfahrungen zu erkundigen.



Bei der Arbeit: Lokalchef Hans-Christian Bustorf (links) und Karim Mahmoud (rechts)

Lokalchef Bustorf, von einigen Kollegen auch liebevoll „Busi“ genannt, und der stellvertretende Ressortleiter Berlin/Brandenburg, Karim Mahmoud, organisieren die

Arbeitsabläufe, führen viele Telefonate, geben Aufträge weiter, beraten Kollegen und redigieren die ersten Artikel. Manchmal müssen sie auch mehrere Sachen gleichzeitig machen. Sie haben kaum mal fünf Minuten Zeit, um eine kleine Pause zu machen.

Faszinierend ist es, dem Art-Director über die Schulter zu schauen. In Windeseile werden Seiten zusammengestellt, Überschriften verschoben und Bilder bearbeitet und eingestellt. Dabei ist immer zu beachten, dass Bild und Schrift im „bunten“ Wechsel erscheinen. Eine Boulevardzeitung, wie der Berliner Kurier, lebt im Wesentlichen von den Bildern, interessanten Storys und den „fetzigen“ Überschriften. So ist der Art-Director Martin Geiger eine wichtige Person im Team und hat wohl den kreativsten Job in der Redaktion. Um diese Arbeit mögen ihn wohl auch manche Layouter in den eher „bürgerlichen“ Tageszeitungen, auch wenn sie es vielleicht nicht zugeben würden, beneiden.



Die Redakteurin vom Berliner Rundfunk beim Interview.

16 Uhr: Die heiße Phase beginnt. Wer schreibt noch einen Kommentar über das S-Bahn-Chaos? Ein Foto von Robbie Williams wird noch schnell bei einer Agentur bestellt. Gestern hatte der Sänger in Dänemark der Presse sein nacktes Hinterteil gezeigt. Diese „Positive“ Nachricht von „Take That“ will die Redaktion seinen Lesern doch nicht vorenthalten. Im Computer kann ich gut verfolgen, wie die leeren Zeitungseiten stetig weniger werden und die Zeitung langsam Profil annimmt. Erst sind die Artikel rot unterlegt. Die gelb markierten Texte sind schon gelesen und freigegeben. Der „Trecker“, der Ticker mit den aktuellsten Meldungen aus der ganzen Welt, wirft ständig neue Meldungen aus. Im Computer können alle

Beschäftigten der Zeitung die Weltentwicklung beobachten. Jetzt spricht kaum noch jemand. An anderen Tagen kann es aber, wie mir ein Reporter berichtet, hier auch schon mal laut zugehen: „Einige werden dann ganz leise, andere brüllen auch schon mal laut rum.“

17.45 Uhr: Jetzt steht auch die Aufmacherseite; die gesamte Auflage ist komplett.

18.00 Uhr: Die letzte Konferenz des Tages, die sogenannte „Schubkonferenz“ findet statt. Hier wird dann der Druck quasi angeschoben. Die Seiten liegen jetzt erstmals schwarz/weiß ausgedruckt vor. Chefredakteur Buschheuer blättert die Seiten durch. Die Verantwortlichen der Redaktionen und der Art-Director platzieren sich um und hinter dem Chef. Die letzten Auffälligkeiten und kleinen Fehler werden markiert und müssen noch schnell verändert werden.

Um 19 Uhr ist dann der sogenannte Kneipenandruck fertig und kann schon verkauft werden. Für die Tagesausgabe werden vom Spätdienst, im Laufe des Abends, noch letzte Aktualisierungen eingearbeitet. So ist die Zeitung am nächsten Morgen noch topaktuell. Für Lokalchef Bustorf, dem mein besonderer Dank gilt, ist der Tag noch nicht ganz vorbei. Täglich wird er vom Berliner Rundfunk über die neuesten Nachrichten der aktuellen Ausgabe interviewt. Ich höre das Interview dann im Radio, als ich mich auf dem Heimweg befinde.

Ein wirklich aufregender Tag für mich! Ich konnte viele spannende neue Eindrücke gewinnen. Interessant war zu sehen, wie die Summe der Nachrichten langsam zu einer Zeitung zusammen wächst. Und morgen beginnt das ganze Geschäft wieder von vorne...

Ich danke insbesondere Simon Kober und dem gesamten Team des Berliner Rundfunks für die Erfüllung meines großen Wunsches. DANKE, DANKE!!! Ein wunderbares Weihnachtsgeschenk schon vor Weihnachten, was will man noch mehr? Mein besonderer Dank gilt auch dem gesamten sympathischen Team vom Berliner Kurier für die Gastfreundschaft: „Schön, dass Sie es mit dem kleinen Kiezreporter ausgehalten haben und mir alle Einblicke in ihr Handwerk, ohne Vorbehalte, gegeben haben.“

Der akustische Eindruck vom Besuch beim Berliner Kurier kann in Kürze beim Frühfunk des Berliner Rundfunks angehört werden.

**Thomas Moser (auch Fotos) – Der Kiezreporter aus Lichtenrade, heute als Kiebitz beim Berliner Kurier
BerLi-Press -www.berli-press.de- für www.lichtenrade-berlin.de**



Hintergrundinformationen zum „Berliner Kurier“:

Der Berliner Kurier („Die neue Zeitung für das neue Berlin“), eine Boulevard-Zeitung im Berliner Blätterwald, erscheint täglich und existiert schon seit 20 Jahren. Der größte Teil der Leserschaft befindet sich im Ostteil der Stadt. Der "Berliner Kurier" erschien erstmals am 2. Dezember 1990 mit dem Überdruck "BZ am Abend". Damit wurde deutlich gemacht, dass aus einem beliebten und viel gelesenen alten Blatt eine neue Zeitung für ein neues Berlin entstanden ist. Die erste Ausgabe der "BZ am Abend" war am 15. Juli 1949 in der Berliner Verlag GmbH erschienen, Startauflage: 200.000 Exemplare; Preis 10 Pfennige in Berlin, 15 Pfennige auswärts. 1953 wurde der Berliner Verlag und damit auch die "BZ am Abend" dem Zentralkomitee (ZK) der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands (SED) unterstellt.

Zunächst kam der "Berliner Kurier" als "Berliner Kurier am Abend" heraus; es folgte der "Berliner Kurier am Morgen" und die "Sonntagspost". Aus diesen drei Zeitungen ist am 3. August 1992 der heutige "Berliner Kurier" mit seiner Sonntagsausgabe hervorgegangen. Um im Wettbewerb mit den anderen Berliner Kaufzeitungen bestehen zu können, musste viel investiert werden. Ein neues redaktionelles Konzept wurde entwickelt, ein modernes Redaktionssystem eingeführt, die Arbeitsplätze wurden neu ausgerüstet und eine neue Druckerei entstand. Am 20. Februar 1996 erschien der "Berliner Kurier" in seinem neuen, heutigen Format, mit neuen Inhalten.

Der Kurier schreibt über sich: „Der Berliner KURIER steht für eine kritische aber faire Berichterstattung aus Berlin, Brandenburg und aller Welt. Seine Leser schätzen die Aktualität und Zuverlässigkeit der Meldungen und die übersichtliche, klare Darstellung.“

Nach einer Erhebung aus dem Jahr 2009 wurden werktags täglich 118.982 Ausgaben verkauft. Am Wochenende wurden 182.744 Ausgaben verkauft. (Quelle: Website vom Berliner Kurier)

<http://www.berlinonline.de/berliner-kurier>