

ZDF probt Fernsehen für Jugendliche

Für die Reportagereihe „Vice Reports“ kooperiert das ZDF mit der Lifestylezeitschrift *Vice Magazine*, das sich einer sehr eigenen, provokante Darstellung von Themen bedient. Der Sender richtet sich damit an die 14- bis 29-Jährigen. Für massentauglich hält man die Reihe wohl nicht, weshalb sie auf *ZDF Kultur* am Abend gesendet wird. *text intern* hat mit dem Moderator **Jo Schück** und **Tom Littlewood**, dem Chefredakteur des *Vice Magazine*, über „durchgeknallte“ Recherchen und Formate abseits des Mainstreams gesprochen.

4

Ist Journalismus noch ein Traumberuf?

FTD, *Westfälische* und *Frankfurter Rundschau*, *Nürnberger Abendzeitung*, jüngst das *Handelsblatt*: Eine schlechte Nachricht jagt derzeit die nächste. ti fragte die Leiter der wichtigsten Journalismusschulen, wie sich die Krise auf ihre Institute auswirkt.

6

Exklusiv: Digitalchefin des WSJ im Interview

Das *Wall Street Journal* ist dafür bekannt, online viele Inhalte hinter seine Pay-Wall zu stellen. Umso überraschender, dass **Liz Heron**, Director of Social Media beim WSJ, sagt: „Ich scheue nicht davor zurück, exklusive Inhalte zu teilen“ – und zwar kostenlos

3

„Wir verstehen uns nicht mehr nur als klassisches Verlagshaus, sondern als Gemeinschaft zur Verbreitung des wirtschaftlichen Sachverständes.“

Gabor Steingart, der Vorsitzende der Verlagsgruppe Handelsblatt, über das Selbstverständnis der VHB unter seiner Führung



Tom Littlewood

www.print-shop-total.de

WIR
DRUCKEN
(FAST)
ALLES!

„Vice ist durchgeknallter, seriöser Journalismus“ Das Vice Magazin startet eine Reportage-Reihe auf ZDFkultur

Seit wenigen Tagen läuft auf ZDFkultur eine neue Reportage-Reihe: *The Vice Reports*. Eine Koproduktion des Fernsehkanals und dem *Vice Magazine*. Das internationale Szene- und Lifestylemagazin ist für eine direkte, subjektive und zum Teil überspitzte Berichterstattung bekannt. *Vice* ist ein monatlich erscheinendes Gratismagazin, das nicht im Zeitschriftenhandel erhältlich ist, sondern über 900 Mode- und Plattenläden, Restaurants, Hochschulen und Galerien verbreitet wird.

Anknüpfend an den Stil der Zeitschrift, die sich größtenteils mit zeitgenössischen Trends und Problemen von Jugendlichen und jungen Erwachsenen wie sozialen Problemen, politischen Konflikten, Drogen und Sex befasst, hatte die erste Sendung von *The Vice Reports* „Europas frustrierte Jugend“ zum Thema. In einer knappen halben Stunde präsentiert Moderator **Jo Schück** Reportagen aus Griechenland und Spanien, die die Auswirkungen der Krise auf junge Menschen in Form von Straßenschlachten, Hausbesetzungen und Emigration aufgrund von Perspektivlosigkeit im eigenen Land, zeigen. Neben den Filmbeiträgen führt Schück Gespräche mit Betroffenen wie Elena aus Spanien, die nach Berlin kam und dort einen Job fand.

Dabei hält es Vice bei den TV-Formaten ebenso wie in

Print und Online: Weder werden die Zuschauer geschont, noch wird objektiv berichtet. „Investigativer Journalismus, Recherche bis es weh tut und die mutigsten Reporter. News

müssen nicht immer gleich aussehen. *Vice Reports* zeigt aktuelle Themen aus einer ganz eigenen Perspektive: Subjektiv, emotional und immer hautnah“, lautet die Einleitung der Folgen. Die neue Reportage-Reihe ist nicht die erste dieser Art: Mehr als 20 Folgen „Die Welt von Vice“, liefen bereits im Programm von ZDFkultur.

Tom Littlewood, Chefredakteur der deutschsprachigen *Vice*, präsentiert seine Lieblingsreportagen aus dem *Vice-Universum*. Da geht es unter anderem um den größten illegalen Waffenhandel der Welt in Pakistan, die italienische Müll-Mafia, die sich in Sibirien ausbreitende Droge Krokodil, afrikanische Kannibalen oder das Nazidorf Jamel in Mecklenburg-Vorpommern.

Obwohl *Vice* mit seinen Themen und der Art der Berichterstattung polarisiert – nicht selten fallen die Kommentare bei Facebook zu den Berichten der Online-Ausgabe kritisch oder sogar angreifend aus – hat das Konzept Erfolg: Weltweit hat das Magazin eine Auflage von 1,15 Millionen Exemplaren, eine Pick-Up-Rate von 100 Prozent, und die Facebook-Seite verzeichnet über eine Million Fans. Zudem wurde das Magazin unter anderem mit dem ADC Gold- und Bronzenagel sowie dem Lead Award Silber ausgezeichnet. Die *Vice-Reportage* „Heavy Metal in Bhagdad“ lief 2009 im offiziellen Programm der Internationalen Filmfestspiele Berlin (Berlinale). „*The Vice Reports*“ präsentiert soziale und politische Konflikte weltweit und stellt mit der Moderation aus Berlin und Gesprächspartnern in Deutschland aber einen nationalen Bezug her. Insgesamt sind für „*The Vice Reports*“ dieses Jahr 17 Folgen geplant.



Jo Schück (oben) und Tom Littlewood (unten)



textintern Wie entstand die Idee zu „*The Vice Reports*“?

Littlewood Die meisten existierenden Formate im deutschen Fernsehen pflegen einen altmodischen Stil in ihrer Berichterstattung. *Vice* berichtet subjektiv, setzt Akzente, ist am Puls der Zeit. Es gibt eine unheimlich große Nachfrage seitens unserer Zielgruppe nach Formaten, die sie über aktuelle Geschehnisse in ihrer eigenen Sprache informieren. Die junge Generation setzt Vertrauen in *Vice*, daher war es eine logische Schlussfolgerung nach der erfolgreichen Zusammenarbeit mit ZDFkultur, ein neues Format zu entwickeln.

textintern Und wie entstanden die Themen?

Littlewood: Wir entscheiden welche Themen aktuell und relevant für junge Menschen in Deutschland sind und gehen darauf ein. Wir haben keinen strikten Plan.

Schück Sie entstehen immer noch. Wir suchen nach Themen, von denen wir glau-

ben, dass sie für unsere Zuschauer bedeutend sind. Die Finanzkrise zum Beispiel ist in ganz Europa ein Riesenthema. Ganze Bevölkerungsteile, nicht zuletzt junge Leute, leiden unter Arbeitslosigkeit und Armut. Aber noch mal einen Experten zum Thema in einer Talkshow will doch keiner mehr sehen. Den Sermon der Politiker kennen wir auch schon alle auswendig. Also haben wir uns entschieden, lieber mit den Betroffenen zu sprechen als über sie, in dem Fall mit Elena aus Spanien, die nach Deutschland „geflohen“ ist, weil sie zu Hause keine Perspektive sah. Und die *Vice-Reporter* erzählen ihre Geschichten aus aller Welt meist aus einem Blickwinkel, den es im deutschen Fernsehen so bisher nicht gibt.

textintern Wie kamen Sie zu *The Vice Reports*?

Schück ZDFkultur und *Vice* suchten einen Moderator, der sich in der Jugendkultur auskennt und gleichzeitig auch politisch versiert ist. Da kam ich ins Spiel. Seit vielen Jahren führe ich eine Art Zwitterdasein aus Pop und Politik. Politikredaktion im ZDF, Musikfestivals



Vice-Reportage über Jugendliche, die in Griechenland demonstrieren

bei ZDFkultur, politische Dokumentation auf der einen, Popkultur-Events auf der anderen Seite. Die Vice Reports und ich, wir scheinen ganz gut zueinander zu passen.
textintern Wie beschreiben Sie den Stil von Vice?

Schück Vice ist durchgeknallter, seriöser Journalismus.

textintern Was würden Sie an „The Vice Reports“ als typisch für den Stil von Vice bezeichnen?

Littlewood Vice produziert Formate abseits des Mainstreams und grenzt sich thematisch nicht ein. Wir schaffen Raum für neue Stimmen und zeigen die alternative Perspektive auf Schicksale, die in der konventionellen Berichterstattung nicht ans Licht kommen. Das ist auch der Grund, warum wir mittlerweile eine eigene Show auf HBO haben.

textintern Wer ist die Zielgruppe für „The Vice Reports“?

Schück Offizielle Lesart von ZDFkultur: 14-29. Ich glaube immer noch, dass jeder, der auf welche Weise auch immer politisch interessiert ist, die Sendung spannend finden wird, egal wie alt er ist. Meiner Meinung nach ist es ein Irrglaube, dass sich junge Menschen nicht für Politik oder Soziales interessieren, im Gegenteil. Es kommt eben darauf an, wie man an die Sache herangeht. Und alle, die Interesse an ihrem Alltag, an virulenten Problemen und auch ein bisschen an der Welt an sich haben, ohne ständig dieselben Experten oder Politiker sehen zu wollen, sind bei uns an der richtigen Adresse.

Littlewood Vice ist das Medium für eine neue Generation von jungen Menschen. Eine Generation, die der Welt offen gegen-

übersteht und nach neuen Erfahrungen und Herausforderungen sucht. Mit einem starken sozialen Gefüge übt die Vice-Zielgruppe maßgeblichen Einfluss auf den Mainstream aus und definiert Trends in Musik, Mode, Kultur und Kunst. Vice ist das Sprachrohr für diese neue Generation. Das Vice-Publikum wird sich bei The Vice Reports gut aufgehoben fühlen.

textintern Wie haben Sie sich auf die Moderation zu dieser Reportage-Reihe vorbereitet?

Schück Ich stecke noch mittendrin in der Vorbereitung, denn wir haben bisher nur die ersten Folgen produziert, die anderen entstehen nach und nach. Grundsätzlich sieht die Vorbereitung wie bei jeder anderen journalistischen Sendung aus. Lesen, viel Lesen ist ganz wichtig. Artikel, Aufsätze usw. Die Redaktion liefert mir gute Vorlagen, aber durcharbeiten muss ich sie dann schon selber. Und wenn wir über Rüstungsexporte, die Krise der europäischen Jugend oder digitale Betrügereien reden, dann ist auch nicht mal eben nebenbei erledigt. Wir müssen uns schon ein wenig tiefer einarbeiten. Umso mehr Spaß macht das Ganze aber auch.

textintern Was war eine besondere Herausforderung bei der Produktion der Folgen?

Schück Persönlich: Wir haben gerade eine Sendung über Waffen und Rüstungsexporte gedreht. Bei einem Interview bekam ich zum ersten Mal in meinem Leben eine Waffe in die Hand gedrückt. Mag naiv klingen, aber als ich mit der Maschinenpistole Heckler&Koch MP5 auf dem Schießstand der Berliner Polizei stand, da fiel es mir nicht mehr ganz so leicht, meine Fragen

an meinen Interviewpartner zu stellen. Grundsätzlich: Es ist für Journalisten nie leicht, komplexe Sachverhalte, einfach zu erzählen. Das ist auch für uns die Herausforderung: Mit einer gewissen Haltung an Themen rangehen, nicht nur an der Oberfläche kratzen, sondern in die Tiefe gehen. Und trotzdem eine Sendung produzieren, die man sich gerne anschaut. Ich denke aber, wir kriegen das ganz gut hin. Denn wir haben ein tolles Team.

textintern Was waren die Gründe, warum die neue Reihe auf ZDFkultur läuft und nicht auf ZDFNeo, wo die Vice-Reihe „Wild Germany“ zu sehen war?

Littlewood ZDFkultur hat eine starke Redaktion in Berlin, das ist ein Vorteil, wenn man co-produzieren will. Wir sprechen die gleiche Sprache, haben das gleiche Ziel und teilen dieselbe Vision für The Vice-Reports. Das macht die Zusammenarbeit nicht nur einfacher, sondern auch fruchtbarer. Das ist auch der Grund, warum wir in diesem Jahr 17 Folgen produzieren werden. Zudem passt das Profil von ZDFkultur besser zu diesem Format.

textintern Was erwartet die Zuschauer?

Littlewood Eine unkonventionelle Berichterstattung brisanter sozialpolitischer Themen auf investigativ-journalistischen hohem Niveau.

Schück Politische, soziale, gesellschaftliche Themen, aus ungewöhnlichem Blickwinkel, unterhaltsam aufbereitet. Mit starkem Berlin/Deutschland-Bezug über die Moderationen und weitem Blick ins Ausland über die Beiträge. Eine Art Auslandsjournal in cool.

Antonia Seifert