

PULS: »Wir können Versuchsballons steigen lassen«

EIN GESPRÄCH MIT THOMAS MÜLLER*

Was ist die Grundidee von PULS?

Müller: Zunächst ging es darum, ein crossmediales Angebot anzubieten, das sich an eine junge Zielgruppe richtet. Im Bayerischen Rundfunk haben wir dafür keinen starken linearen Verbreitungsweg, kein UKW im Radio, keine Sendeplätze, die regelmäßig im Fernsehen bespielt werden. Das heißt, ich muss überlegen, wie ich mit dieser Struktur auf der einen Seite die Logik von Radio und Fernsehen bedienen, auf der anderen Seite aber trotzdem neue Wege gehen kann. So gesehen haben wir den starken Fokus auf Online, aber in der Vernetzung mit linearen Angeboten. Deshalb gibt es ein 24-Stunden-Radioprogramm, das überall – bis auf UKW – ausgespielt wird: Kabel, Satellit, digitales Radio und online. Wir haben eine Fernsehsendung *PULS*¹, die sich mit den Themen, die wir unter der Woche haben, sehr stark verschränkt.

Das war die Grundidee, denn wenn man heute im Netz mit jungen Themen punkten möchte, dann sollten sie Bewegtbild sein. Für die lineare Verbreitung haben wir die bekannte Magazin-Form gewählt, um unsere Inhalte auch in anderer Form präsentieren zu können. Wir unterstützen den Nachwuchs, beispielsweise bei der TV-Sendung *Startrampe*², bei der wir mit insgesamt 9 Newcomern pro Jahr auf einem Roadtrip unterwegs sind. Wir begleiten sie bei den Höhen und Tiefen, die junge Bands zu bewältigen haben. Musik ist für uns bei *PULS* sehr wichtig – neue Musik begeistert uns und



wir wollen junge Bands unterstützen. Als Macher hat man natürlich aber auch die Hoffnung, dass sich mit dem Erfolg der Band auch ein bisschen Fame auf die Entdecker auszahlt. In den letzten 2 Jahren gab es einige Bands, die chartrelevant wurden und wo das funktioniert hat, beispielsweise Milky Chance oder Claire.

Nachwuchsförderung findet aber lokal und wöchentlich statt: Bei der »Bayerischen Band der Woche« haben wir immer einen spannenden Künstler oder Act bei uns im Studio, filmen deren Performance und machen ein Interview.

Wir haben auch den Bereich »Netzwelt«, in dem Themen rund ums Internet behandelt werden. Dieser Themenkomplex ist zum einen für die Zielgruppe sehr relevant, zum anderen gibt es ganz wenig Konkurrenzangebote, gerade im öffentlich-rechtlichen Bereich.

Allgemein gesprochen ist unsere Aufgabe auf der einen Seite, neue Zielgruppen zu bedienen, auf der anderen Seite aber auch, neue trimediale Formen auszuprobieren – und dabei zu schauen: »Wie kann so etwas funktionieren?«, »Wo sind die Grenzen?«, »In welchen Formaten müssen wir denken?«, »Mit welchen Techniken muss man arbeiten, damit man das Ganze neu und anders aufsetzen kann?«. Und dabei durchaus auch mal feststellen, dass Sachen nicht funktionieren. Es ist einfacher, solche Erfahrungen in unserem kleineren Rahmen zu machen, als wenn ein großes Programm wie Bayern 3 oder

die KollegInnen des Bayerischen Fernsehens damit baden gehen würden. Das ist in der Form in der deutschen Medienlandschaft relativ selten, was unter anderem daran liegt, dass die wenigsten so wie wir crossmedial arbeiten. Hier haben wir gute Chancen mit *PULS*, bei dieser Vernetzung unsere eigenen Versuchsballons steigen zu lassen.

Was ist Ihr öffentlich-rechtlicher Blick bei der Zielgruppe »Jugendliche«?

Müller: Das Allerwichtigste für uns ist: Wir müssen uns selbst treu sein, und zwar uns selbst als JournalistInnen, indem wir sorgfältig arbeiten und Jugendlichkeit nicht verwechseln mit »Da geht schon alles«. Wir haben häufiger Diskussionen, wenn es zum Beispiel um »Pop News« geht. Natürlich sind das launige kleine Geschichten aus der Welt der Popmusik, aber da kann auch mal eine juristische Geschichte, eine Straftat oder Ähnliches dahinterstecken. Da muss man im Zweifelsfall schon schauen, ob es sauber recherchiert ist. Das klingt trivial, aber gerade wenn es ums Unterhaltungssegment geht, braucht man nur ins Netz zu schauen, wie viel Wahrheit da hinter den Sachen steckt. Und hier sorgfältig zu sein und sich auch dessen bewusst zu sein, was geht und was nicht, das ist eine wichtige Sache. Auf der anderen Seite möchten wir natürlich auch den Spaß, den wir haben, wenn wir ins Netz gehen und wenn wir es mit Musik zu tun haben, vermitteln. Das heißt, Glaubwürdigkeit zu haben, auf Augenhöhe zu sein, sowohl in der Sprache als auch in der Präsentation. Das ist die Basis, durch die wir uns von anderen Angeboten im Netz deutlich unterscheiden.

Können Sie ein Beispiel nennen?

Müller: Wir haben keine Angst, Themen anzufassen. Wir haben zum Beispiel ein Reporter Magazin, *Die Frage*, das ursprünglich aus dem Radio kommt, einen sehr starken Online-Anteil hat und das es mittlerweile auch als Fernsehsendung gibt.³ Da behandeln wir auch Themen wie »Wie komme ich mit dem Tod klar?« oder »Wie Porno sind wir?«.

»Wie Porno sind wir?« – Worum geht es da?

Müller: Der Ausgangspunkt war zu fragen: »Ist es normal, dass ich über *WhatsApp* Mini-Pornos zugeschickt bekomme?« Dabei gehe ich als über 40-Jähriger ganz kurz in meine Historie zurück und frage mich: »Wann gab es denn jemals in meiner Zeit auch nur vergleichbar viel nackte Haut?« Da musste man sich schon in eine Bahnhofsbuchhandlung begeben, um das mitzubekommen. Mit welcher Selbstverständlichkeit Porno und Sex heute überall dabei sind, das ist schon außergewöhnlich. Und wir haben uns einfach gefragt: »Was macht das mit den Leuten?« Also zum einen aus der User-Sicht: »Alles verfügbar zu haben, wo gibt es denn da Grenzen?«; auf der anderen Seite aber auch: »Was hat das mit der Branche gemacht?« und »Was bedeutet das wiederum für die KonsumentInnen, dass zum Beispiel Amateur pornos als die neue Realität dargestellt werden?«.

Wir hatten dafür unter anderem eine junge Frau in der Schweiz besucht, die Amateur pornos dreht. In einem anderen Fall waren wir in Hamburg, wo eine Prostituierte gleichzeitig Cam-Girl ist und Pornos dreht, also wo auf einmal aus einem ehemals »Ich gehe auf die Straße« oder »Ich ziehe mich vor der Kamera aus« ein 24-Stunden-Job geworden ist, wo man alles gleichzeitig bei ständiger Verfügbarkeit befriedigen muss. Hier fragt man sich: »Wie können das diese Leute überhaupt leisten und wie können die damit umgehen?«

Wie waren die Reaktionen auf das Projekt?

Müller: Die waren tatsächlich sehr positiv. Auf der einen Seite war es spannend zu sehen, wie Leute zunächst über den Titel gestolpert sind und dann auch teilweise ein bisschen geschockt waren. Auf der anderen Seite lag die Stärke des Formats bei Reporter Michael Bartlewski, dem man ansah, dass es ihm unangenehm ist, beim Amateur-Pornodreh zuzuschauen. Das zu sehen, hat viel damit zu tun, wie ernst man junge Leute mit ihren Emotionen in dieser Phase nimmt, und nicht alles zu überspielen, sondern tatsächlich auch authentische Gefühlsreaktionen zu zeigen. Uns geht es einfach auch darum, Themen herauszugreifen, die in der Luft schwirren, die so im allgemeinen Lebenssegment sind.



Screenshot von PULS © PULS/BR

Hater
Warum haten wir so viel im Netz?

Ein anderes Thema war: »Warum haten wir so viel im Netz?« Jeder ist es gewohnt festzustellen, dass man ganz schnell mal ein Dislike vergibt oder jemanden im Netz schräg anmacht. Was das mit Leuten machen kann, wie das zu echtem Mobbing führt, welche juristischen Konsequenzen das haben kann, obwohl man nur etwas im Netz schreibt, das war ein Thema, das viele Leute in der Form gar nicht so auf dem Schirm hatten.

Wir haben versucht, ein bisschen zu provozieren, indem wir eine feministische Bloggerin, die schon sehr viel Hass abbekommen hat und auch ganz konkret über *Twitter* oder ähnliche Social-Media-Angebote mit Kommentarfunktionen bedroht wor-

den ist, gebeten haben, für uns einen Artikel zu schreiben. Und dann haben wir geschaut, wie die Leute darauf reagieren. Tatsächlich kam auch relativ schnell eine Horde von Leuten, deren Kommentare sehr unter die Gürtellinie gegangen sind. Wir haben versucht, diese Leute ausfindig zu machen und zu schauen, wie sie reagieren. Wir sind nicht so weit gekommen, dass wir sie persönlich getroffen haben, aber wir haben teilweise mit ihnen geschattet und telefoniert, um ein Gefühl dafür zu bekommen, was diese Leute antreibt. Wir sind aber nicht viel weiter gekommen als zu sagen: »Das ist nicht ganz normal.« Ein Verständnis für das, was diese Leute umtreibt, konnten wir beim besten Willen nicht entwickeln. Eine andere Perspektive auf das Thema war eine junge Frau aus Franken, die das Gros ihrer Schulzeit über das Netz sehr stark von MitschülerInnen drangsaliert wurde, einen Zusammenbruch hatte und die Klasse wechseln musste. Sie hat uns im Rückblick erzählt, wie sie damit umgegangen ist. Aber überhaupt zu sehen, was das mit den Leuten macht, wie schwerwiegend ein lapidares »Boah, siehst du Scheiße aus!« sein kann und wie sich das durch die Gruppendynamik im Netz hochschaukeln kann, das darzustellen und herauszufinden, war eine ganz spannende Geschichte. ■

ANMERKUNGEN

¹ Jeweils freitags, 21.45 Uhr auf *EinsPlus*

² Jeweils sonntags, 16.45 Uhr auf *ARD-alpha*

³ TV-Erstaussstrahlung jeweils im *BFS*, Wiederholungen auf *EinsPlus* und *EinsFestival*; Radio-Ausstrahlung jeden vierten Samstag im Monat um 18.00 Uhr

* Thomas Müller ist Programmchef des Senders *PULS* beim Bayerischen Rundfunk in München.

