

***Diese Projektarbeit entstand im Rahmen des Seminars „Public/Interactive Journalism“ im WS 2006/07 bei Prof. Dr. Lünenborg am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der FU Berlin.***

„Quivive“ ist das Gesundheitsmagazin des RBB – mit einem Marktanteil von 4,5% bis 5,5% und einer Zuschauerzahl, die sich zwischen 120.000 und 140.000 bewegt. Das Format basiert auf drei Säulen: einer wöchentlichen Sendung, einem Internetauftritt und einer öffentlichen Veranstaltungsreihe „Quivive direkt“. Die Ziele des Magazins sind schnell und aktuell über Gesundheitsprobleme zu informieren und dabei neutral und umfassend zu berichten. Die Zielgruppe sind Menschen aus dem Sendegebiet des RBB im durchschnittlichen Zuschaueralter der öffentlich-rechtlichen Sender<sup>1</sup>.

Bei der anschließenden Analyse konnten nur vereinzelte Elemente gefunden werden, die dem Public Journalism entsprechen. Insgesamt musste festgestellt werden, dass „Quivive“ nicht zu den Projekten eines neuen bürgernahen Journalismus gezählt werden kann.

Als größtes Hindernis wurde die durchweg einseitige Kommunikation zwischen Sender und Bürger festgestellt. Dem Zuschauer werden keine Möglichkeiten geboten aktiv bei der Gestaltung der Sendung mitzuhelfen – weder als Beteiligung bei der Themengenerierung bzw. -findung noch in einer selbständigen Bearbeitung einzelner Beiträge (wie im Public Journalism angestrebt). Auch die idealtypischen Recherchetechniken des bürgernahen Journalismus werden nicht eingesetzt. Es findet weder eine intensive Vor-Ort-Recherche, noch eine Bürgerbefragung zu relevanten Themen und Problemen statt.

Anhand einer Befragung des „Quivive direkt“-Publikums wurde die Bereitschaft zur Veränderung des bisherigen Formats festgestellt. Es finden sich durchaus Public Journalism-Elemente, die sich mit dem bestehenden Konzept verbinden lassen, ohne dabei den Charakter der Sendung zu verändern. Als ortsgebundenes Projekt kann es nicht schwer fallen, engagierte Bürger zu finden, die bereit sind, eigenverantwortlich Themen zu recherchieren und diese, unter Mithilfe der Redaktion, zu verwirklichen. Des Weiteren soll dem Zuschauer die Möglichkeit geboten werden, öffentliche Diskussionsrunden selbständig zu organisieren. Das neue Motto: „Quivive InterAktiv - mit Lust und Engagement zu mehr Lebensqualität“ soll die Eigenständigkeit und Aktivität des Bürgers zum Ausdruck bringen.

---

<sup>1</sup> durchschnittliches Alter: 50+

### *Neukonzeption der Fernsehsendung:*

Das Konzept einer wöchentlichen 45-minütigen Sendung soll erhalten bleiben – allerdings wird dabei enger als bisher mit dem Bürger zusammengearbeitet. Bis dato hatte der Zuschauer keinen Einfluss auf den Verlauf der Sendung.

Neu wäre nun, dass die zu erarbeitenden Themen zur Auswahl gestellt werden - der Bürger kann im Internet oder per Post abstimmen und somit die Themen-Agenda bestimmen. Auch bei Inhalt und Gestaltung der Beiträge soll der Bürger aktiv mithelfen, allerdings unter professioneller Mithilfe der Kamera- und Tonexperten. Umfangreicher als bisher sollen Live-Berichte vor Ort (bspw. aus Pflegeheimen) Einzug in die Sendung finden. Die dadurch stärker hervorgerufenen Diskussionen könnten zu effektiveren Lösungsvorschlägen führen.

### *Neukonzeption des Internetauftrittes:*

Das bisherige Format kann als reine Aufarbeitung des Sendematerials gewertet werden. Eine aktive Beteiligung des Users ist nicht möglich. Eine Neukonzeption ist daher unerlässlich.

Die Webseite soll modern und verbrauchergerecht gestaltet sein. Artikel werden unter den Schwerpunkten Krankheiten, Medizin, Ernährung, Fitness/Wellness, Familie oder Gesundheitspolitik/-recht geordnet. Diese Neuerung sorgt für leichteres Auffinden spezieller Informationen. Weitere Rubriken wie Apothekensuche, Biowetter und Produktinformationen zu Vitaminen/Nährstoffen/Medikamenten werden das Angebot erweitern. Aber auch Lexika (zu Heilpflanzen, Anatomie des Menschen etc.) oder aktuelle Nachrichten aus Medizin bzw. Gesundheitspolitik sind im Rahmen der Neukonzeption vorgesehen.

Die Interaktivität soll in Form von Foren, Weblogs und Chatrooms erreicht werden. Hier soll dem Bürger die Möglichkeit geboten werden, mit anderen Betroffenen ins Gespräch zu kommen, Erfahrungen auszutauschen oder gemeinsame Aktionen zu organisieren.

### *Konzeption der Beitragsveröffentlichung in einer Lokalzeitung:*

Eine ‚Quivive‘-Version in Printform existiert bisher nicht. Um das Format bekannter zu machen, wäre eine Zusammenarbeit mit einer Lokalredaktion denkbar.

Die Berliner Zeitung, als meistverkaufte Abonnementzeitung im Raum Berlin-Brandenburg, wurde von uns ausgewählt, um darin einzelne ‚Quivive InterAktiv‘-Beiträge zu veröffentlichen. Da die Zeitung über keine eigene Gesundheitsrubrik verfügt, würden die Artikel im Lokalteil erscheinen. Die Themenpalette könnte Sportevents, Ankündigungen von Diskussionsrunden mit Experten oder Erfahrungsberichte umfassen. Ziel ist es, in der Berliner Zeitung, mindestens zweimal wöchentlich Artikel zu veröffentlichen.

### *Neukonzeption von praktischen Veranstaltungen:*

Die bisher durchgeführte Veranstaltungsreihe ‚Quivive Direkt‘ ist noch zu einseitig, um als Public Journalism gewertet zu werden. Dabei bietet vor allem das persönliche Gespräch die Grundlage für Problemlösungen.

Die Organisation (Themenfindung, Planung etc.) der Veranstaltungen soll demnächst vom Bürger ausgehen. Die Umsetzung der Themen könnte kreativer erfolgen: anstelle von Diskussionsrunden werden bspw. zum Thema „Ernährung“ Kochkurse oder zum Thema „Stressbewältigung“ Yogakurse angeboten. Sportgruppen (Joggen, Schwimmen etc.) können sich auf diese offene Weise leichter finden. Der Weg für eine ‚Quivive‘-Community wäre gebnet.

Ohne umfangreiche finanzielle Mittel ist diese Neukonzeption allerdings nicht umsetzbar. Als Kooperationspartner kämen engagierte Ärzte, Ernährungsberater, die Berliner Zeitung, sowie der Landessportbund, Sekis und Krankenkassen in Frage.

Das neue, überarbeitete Format ‚Quivive InterAktiv‘ kann, nach unserer Auffassung, als Public Journalism gewertet werden. Wichtige Ziele dessen wären erfüllt:

- Kommunikation: ‚Quivive InterAktiv‘ gibt dem Bürger ein Sprachrohr. Er hat die Möglichkeit über verschiedene Medien (Fernsehen, Internet, Zeitung) mit anderen Bürgern zu kommunizieren und selbst journalistisch tätig zu werden.
- Wissensressourcen: vor allem online werden umfangreiche Informationen zur Verfügung gestellt, die es dem Bürger ermöglichen, sich fortzubilden. Die Voraussetzung für eigenverantwortliches und engagiertes Handeln ist gegeben.
- Community: die Organisation von Events, aber auch das „Treffen“ in Foren schafft Gemeinschaft.
- Problembewusstsein: das Projekt ist nicht nur problembewusstseinsstiftend, sondern auch lösungsorientiert. Der Bürger kann mithilfe von ‚Quivive InterAktiv‘ sein eigener Gesundheitsexperte werden und somit zu mehr Eigenverantwortung erzogen werden. Gesellschaftliches Engagement (Bürgerbewegungen) ist möglich.

**Autorinnen: Andrea Jähne und Christiane Thiel**