

Konzeption und Weiterentwicklung von Archiv-Dienstleistungen in der neuen redaktionellen Zusammenarbeit mit den Social-Media-Teams des ZDF

Martina Koniczek



Martina Koniczek
ZDF
ZDF-Straße 1
55110 Mainz
06131/7015629
koniczek.mzdf.de

Manuskript zum Vortrag anlässlich des Marianne-Englert-Preises auf der vfm-Frühjahrstagung am 10. April 2018.

■ EINLEITUNG

Die stark zunehmende Bedeutung von Social-Media-Kanälen ist aus dem redaktionellen Alltag von Fernsehanstalten mittlerweile nicht mehr wegzudenken.

Hieraus ergibt sich allerdings eine Vielzahl veränderter Anforderungen für ein Medienarchiv. Parallel zu der Frage nach geeigneten Lösungen für die Archivierung und Wiederverwendung sogenannter Onlineprodukte, rückt in der redaktionellen Zusammenarbeit für den Output-Bereich des Fernseharchivs zudem auch die Frage nach entsprechenden Belieferungen mit Materialien und Informationen immer mehr in den Vordergrund.

Auch innerhalb der ZDF-Redaktionen zeichnet sich diese verstärkte Fokussierung auf Social-Media-Kanäle deutlich ab. Ob auf YouTube, Facebook, Twitter oder Instagram – Social-Media ist die Plattform, um die ZDF-Zuschauer überall zu erreichen. So hat die Zahl von Online-Only- sowie Online-First-Produktionen in den letzten Jahren signifikant zugenommen. Ein gutes Beispiel hierfür ist FUNK, das Online-Medienangebot von ARD und ZDF für Jugendliche und junge Erwachsene, das den beiden öffentlich-rechtlichen Sendern als Content-Netzwerk für ihre Webformate dient.

Auf Basis der skizzierten Ausgangssituation und den sich in diesem Zusammenhang stellenden Herausforderungen, erfolgte im Rahmen meiner Projektarbeit, die ich im Zuge meiner Ausbildung zur wissenschaftlichen Dokumentarin/Information Specialist an der Hochschule Darmstadt 2017 verfasst habe, und die ich nachfolgend in Auszügen wiedergebe, eine umfassende Bedarfsanalyse für die Konzeption, Weiterentwicklung und Umgestaltung entsprechender Geschäftsprozesse für den Geschäftsbereich ABD (Archiv-Bibliothek-Dokumentation) des ZDF. Durch die exemplarische Zusammenarbeit mit dem Team Social-Media-News der Hauptredaktion

(HR) Aktuelles sowie dem Social-Media-Team der Hauptabteilung (HA) Kommunikation, die zu den ersten Social-Media-fokussierten Teams innerhalb des ZDF gehörten, die mit ganz spezifischen Anforderungen die Unterstützung durch ABD im produktiven Kontext forderten, wurde die Gestaltung neuer Dienstleistungen vorgeschlagen, welche als Pilot die Besonderheiten im Bereich Social Media berücksichtigten und sich an dem daran anknüpfenden speziellen Bedarf orientierten. Einen Schwerpunkt des Projekts bildete hierbei v.a. das Design neuer Geschäftsprozesse, die als weitere dokumentarische Dienstleistungen in das bisherige ABD-Portfolio aufgenommen werden sollten. Durch Betrachtung und Analyse der mit den Dienstleistungen verbundenen Use Cases stellte sich die Frage, inwiefern die aktuellen Informationssysteme, Recherchequellen und systemischen Voraussetzungen von ABD hierfür noch ausreichen und ob die jeweiligen Workflows auf die individuellen Absprachen mit den Social-Media-Teams hinreichend ausgelegt waren. Neben einer Vielzahl neuer Rechercheprozesse sowie Neuerungen bei der Belieferung von Archivmaterial, betrafen diese Veränderungen eine verstärkte redaktionelle Eingebundenheit, die im Lauf der Projektdokumentation umfassende Erläuterungen fand.

Anhand der gewonnenen Erkenntnisse und des sich daraus ableitenden Qualifizierungsbedarfs, habe ich abschließend Vorschläge für entsprechende Schulungsmaßnahmen sowie für die Organisation bereits bestehender oder neuer ABD-Rollen formuliert. Diese waren letztlich von dem Ziel geleitet das qualitative Niveau der ABD-Geschäftsprozesse an die erweiterten redaktionellen Ansprüche anzupassen und den Geschäftsbereich sowie seine Mitarbeiter weiterhin als wichtige Schnittstelle im Gefüge der ZDF-eigenen Programmgestaltung zu etablieren.

Im Zuge der inzwischen verstärkten Ausrichtung des ZDF auch auf den Online-Bereich sowie auf die sozialen Medien und Netzwerke, verändert sich par-

allel zu diesem Wandel auch die Stellung von ABD als Dienstleister in der Zusammenarbeit mit den Redaktionen und bei der Belieferung derselben. Neben der Frage einer adäquaten Archivierung von Online-Content (Input), wird ebenfalls die Bedeutung einer entsprechenden Zulieferung mit geeignetem Quellenmaterial (Informationen, Videomaterial, Fotos) für die Programmerstellung vordergründig (Output).

Damit einher geht die grundlegende Auseinandersetzung mit dem Berufsbild des Mediendokumentars bzw. Archivars an sich: Auf Nachfrage jüngst stattgefundenen Gespräche mit den Social-Media-Teams unterschiedlicher Redaktionen (WIRSSUM, HA Kommunikation, HR Neue Medien bzw. HR Aktuelles), zeichnete sich eine Vielzahl neuer Kundenwünsche ab, die einen Wandel im bestehenden Kompetenzbild des ABD-Rechercheurs und seiner Arbeitsschwerpunkte zwingend notwendig machen. Der Wunsch nach einer Art Scout, der im redaktionellen Tagesgeschäft als Ideengeber bei der Entstehung neuer Themen fungiert sowie der Rechercheur, der entsprechende Inhalte kuratiert, stehen hierbei ebenso im Vordergrund wie der souveräne Navigator, der Daten aus dem World Wide Web sammelt und aufbereitet sowie Informationen gezielt auf Social-Media-Plattformen recherchiert und sie verifiziert.

Daher verwundert es auch nicht, dass sich innerhalb der letzten Jahre das Aufgabenspektrum am ABD-Newsdesk ebenfalls erweitert hat: So gehört die Recherche auf Drittplattformen mittlerweile genauso zum Portfolio wie auch der Einsatz bzw. eine Erweiterung immer neuer Recherchertools, die den Medienbereich kontinuierlich fluten.

Beim crossmedialen Faktencheck-Projekt #ZDF-check17 der ZDF-Nachrichten-Redaktion zur Bundestagswahl 2017 war ABD ebenfalls integrativer Bestandteil des Recherche-Kernteam, das den Wahrheitsgehalt von Politikeraussagen sowie von Social-Media-Meldungen rund um die Bundestagswahl kritisch unter die Lupe genommen hat.

Zudem besteht aktuell von Seiten einiger Social-Media-Teams der Wunsch, die Zusammenarbeit zwischen Redaktion und Archiv zu erweitern und noch stärker zu verzahnen. Konkret äußert sich dies darin, dass sich das Archiv an der Fertigung sogenannter Listicles (kurze Informationsclips, die explizit für den Upload auf Facebook produziert werden) beteiligen möge. Hier zeigt sich das Überschreiten der bisherigen Tätigkeitsfelder deutlich und lässt die bis dato klar abgegrenzten Aufgabenbereiche zwischen Archiv und Redaktion verschwimmen.

Auch wenn Vieles noch Neuland darstellt und mit einer Reihe von Unsicherheiten verbunden ist – die Archive der Sendeanstalten müssen auf diesen sich abzeichnenden Wandel in der Medienlandschaft reagieren. So gab es auch auf den letzten beiden vfm-

Tagungen eine Reihe von Vorträgen und Workshops, die sich mit verschiedenen Aspekten des veränderten Berufsbildes auseinandersetzen. Neben Vorträgen wie „Content, Kontext, Endgerät“ (Saarbrücken 2016) oder „Archiv Innovationsmanagement“ (Saarbrücken 2016), die sich mit den Herausforderungen befassen, die die Bandbreite der Social-Media-Plattformen bei der Archivierung von Content bereiten, ging es im Jahr 2017 in Mainz bei Sessions mit den Schwerpunkten „Crossmedia“, oder „Redaktionsnahe Archivarbeit“ u.a. um die Aufweichung der bisher klar voneinander abgegrenzten Berufsbilder von Redakteur und Medienarchivar.

Um sich der Fülle dieser neuen Anforderungen, die auch auf ABD zukommen, systematisch zu stellen, hat der Bereich das Projekt „Online – Social Media“ ins Leben gerufen, dessen Kick Off im April 2017 stattgefunden hat. Der Projektauftrag sieht konkrete „Vorschläge für eine passgenaue Ausrichtung der ABD-Dienstleistungen bzw. ABD-Workflows auf die Anforderungen der Zukunftsaufgaben Online und Social Media vor“ (Auszug aus dem Projektauftrag).

Aktuell gibt es keinerlei standardisierte Workflows in der Zusammenarbeit mit den Social-Media-Teams, was z.B. die Belieferung von Archivmaterial angeht. Hinsichtlich der stets wachsenden Bedeutung von Social Media für das ZDF ist der Geschäftsbereich ABD bislang allerdings nicht ausreichend in den umfassenden Paradigmenwechsel eingebunden.

Die nachfolgenden Beispiele und Ausführungen sollen die bestehenden „Stolpersteine“ veranschaulichen und kritisch betrachten, mit denen der Bereich in der Ausarbeitungsphase meiner Projektarbeit zu kämpfen hatte. Mitunter waren auch sie Anlass für die Wahl der Schwerpunkte, mit denen ich mich auseinandergesetzt habe.

■ „ES ÖFFNET SICH KEIN TÜRCHEN“ – HINDERNISSE BEI DER MATERIALBEREITSTELLUNG FÜR DEN FACEBOOK-ADVENTSKALENDER

Im November 2016 ist das Social-Media-Team der HA Kommunikation auf den Allgemeinen Recherchedesk des Programmarchivs mit der Bitte zugekommen, für die Gestaltung eines Online-Adventskalenders auf Facebook geeignetes Videomaterial für 24 digitale Überraschungen zuzuliefern. Die Idee dahinter: Vom 1. bis zum 24. Dezember können User auf der ZDF-Facebook-Seite ein Türchen öffnen, das entweder eine sogenannte „Archivperle“ oder einen originellen Clip aus ZDF-eigener Produktion offenbart.

Schnell stellte sich jedoch heraus, dass sich eine Belieferung im Rahmen der aktuellen Workflows schwierig gestaltet bzw. durch den produktionsellen Background des Social-Media-Teams, außerhalb des

Produktionsnetzes zu arbeiten, nach den etablierten ABD-Standards der Bereitstellung nicht umsetzbar ist.

Während die neue Generation von Redakteuren mit den standardisierten hausinternen Workflows der Materialbelieferung nicht vertraut zu sein schien, fehlten bei ABD hingegen grundlegende Kenntnisse über die Produktionsweise und die damit verbundenen Prozessschritte auf Seiten der Redaktionskollegen. Die Unkenntnis beider Bereiche in Bezug auf die jeweilige Arbeitsweise des anderen Bereichs hatte eine Vielzahl von Missverständnissen zur Folge, was einerseits den produktionsnahen Kontext angeht (welche Arten der Material-Bereitstellung unter Berücksichtigung der jeweiligen Schnittstellen existieren), andererseits die Definition der Lieferobjekte betraf. So herrschten z.B. bei ABD nicht nur unterschiedliche Auffassungen darüber, was unter einer „Archivperle“ zu verstehen ist, sondern auch grundsätzlich Unkenntnis über die Gestaltung der Social-Media-eigenen Formate.

Sollte angesichts der umfassenden Problematik kein entsprechendes Umdenken stattfinden, droht m.E. den Medienarchiven ganz konkret eine Schwächung ihrer Stellung als zentraler Dienstleister im Gefüge der Programmgestaltung. Im konkreten Falle von ABD zeigte sich in Ansätzen die Entstehung redaktioneller Parallel-Workflows, die - aus Mangel an Kenntnis und/oder Nutzbarkeit - das bestehende ABD-Dienstleistungsportfolio untergraben und im schlimmsten Fall, längerfristig betrachtet, die Legitimation bisher angebotener ABD-Dienstleistungen sukzessive obsolet werden lassen.

■ ZUSAMMENARBEIT MIT DEM TEAM SOCIAL-MEDIA-NEWS DER HR AKTUELLES

Als zweites Beispiel für den nicht von der Hand zu weisenden Paradigmenwechsel lässt sich die seit Anfang des Jahres 2017 neu hinzugekommene Zusammenarbeit mit dem Team Social-Media-News der HR Aktuelles nennen. Das Team um Sonja Schünemann bespielt die Social-Media-Kanäle von ZDF heute und bereitet Nachrichten gezielt so auf, dass sie für den Auftritt auf sozialen Netzwerken geeignet sind.

Bei einem regulären Newsdesk-Jour-Fixe im März, informierte Schünemann über die Aufgaben des Teams, erläuterte die Arbeitsweise und die Gestaltungsmerkmale der einzelnen Social-Media-Produkte. Zudem standen Ideen zu der zukünftigen Zusammenarbeit mit und der konkreten Unterstützung durch ABD im Fokus. Hinsichtlich der Unterstützungsprozesse zeichnete sich in den Anforderungen der Wunsch einer redaktionsnäheren Einbindung von ABD ab, die von der gewohnten Form der Zulieferung bzw. „Unterstützung“ abweicht und verstärkt den Eindruck einer „Zusammenarbeit“ auf-

kommen ließ. So wurde neben einer angedachten regelmäßigen Zulieferung interessanter Themen, die sich insbesondere durch ihre Social-Media-Tauglichkeit auszeichnen, ebenfalls über die Mit-(Gestaltung) von Konzepten für sogenannte Listicles gesprochen.

Als größte Zukunftsvision kam die Idee auf, ein eigenes Produkt mit einem entsprechenden ABD-Branding zu kreieren, das explizit für den Auftritt auf Drittplattformen gedacht ist und die Stellung des Bereichs ABD vom überwiegend recherchegeprägten Schwerpunkt um einen produzierenden Aspekt ergänzt. Während eines Brainstormings im Mai dachten mein Kollege Dr. Stefan Hertrampf, Sonja Schünemann und ich gemeinsam mit einschlägigen Titelvorschlägen wie „Es war einmal“, „Ach so...“, „Moment mal“ oder „#ZDFretro“ über die Produktion kurzer Clips nach, die entweder zu aktuellen Themen griffige Fakten liefern bzw. nostalgische oder vergangene Themen durch passendes Archivmaterial aus der FSDB ergänzen. Wie erfolgreich ein solches Vorhaben sein kann, zeigt der Bayerische Rundfunk, dem Ähnliches mit seinem Produkt „Zeitreise“ gelungen ist.

Relativ schnell wurde den Verantwortlichen von ABD klar, dass die neuen Kundenwünsche der Social-Media-Teams das aktuelle ABD-Portfolio überstiegen.

■ VORGEHENSWEISE UND METHODEN ZUR BEDARFSANALYSE

Im Rahmen der bisher beschriebenen Ausgangslage, lag ein wesentlicher Teil meiner Projektarbeit zum einen in der Erhebung und Analyse der konkreten Anforderungen, die sich aus der Zusammenarbeit mit den Social-Media-Teams als Primärkunden des vorliegenden Projekts ergaben, zum anderen leitete sich daraus die Überarbeitung und Weiterentwicklung bestehender Geschäftsprozesse für den Bereich ABD ab.

Die Ermittlung der Kundenanforderungen erfolgte durch einen direkten Austausch und regelmäßige Treffen mit den Auftraggebern sowie durch Kurz-Hospitationen bei den jeweiligen Social-Media-Teams. Für das Gelingen des Projekts erwies sich Einsatz informationswissenschaftlicher Instrumente als zielführend: Die Ermittlung der Stakeholder nach ihrer Rolle im Projekt bildete das Fundament für die darauffolgende Bedarfsanalyse und Prozessgestaltung.

Mithilfe eines sogenannten ABD-Dienstleistungsdiagramms konnten sowohl die reale als auch die erwartete Dienstleistungsqualität einander gegenübergestellt werden, wie sie von Seiten der Social-Media-Teams gewünscht und nach aktuellem Stand in den Ausführungsmöglichkeiten seitens ABD umsetzbar war. Zugleich konnte so die Diskrepanz zwischen dem Ist- und dem angestrebten Soll-

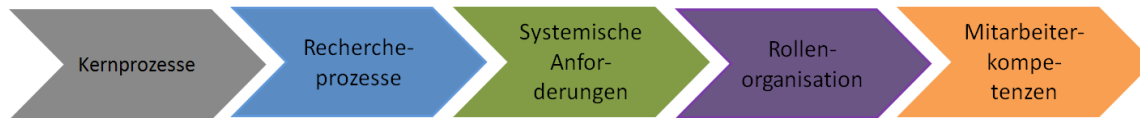


Abb. 1

Zustand abgebildet werden. Hierbei ließen sich fünf Schwerpunkte und damit verbundene Lücken (Gaps) identifizieren, die die anschließende Gestaltung der Geschäftsprozesse sowie die Überlegungen zum Qualifizierungskonzept prägten: (Vgl. Abb. 1)

Der sich an die Anforderungen richtende Bedarf wurde sodann im Fortlauf der Projektdokumentation sukzessive beschrieben. Die daran anknüpfende Anforderungserhebung setzte sich mitunter aus einer Auswertung vorangegangener Gespräche und E-Mail-Korrespondenzen mit den Social-Media-Teams zusammen sowie einem Austausch mit ABD-Experten zu Problemstellungen und Lösungsansätzen. Zusätzlich diente eine Analyse der bestehenden Recherche-Use-Cases als Basis für die Gestaltung neuer Anwendungsfälle. In einer darauffolgenden Prozessanalyse sowie einem sich anschließenden Prozessdesign konnten so die notwendigen Änderungen innerhalb der bestehenden Arbeitsstrukturen und Workflows von ABD überprüft und ausgearbeitet werden.

Diese bildeten wiederum den Rahmen für den letzten Block der Projektarbeit, der sich mit entsprechenden Qualifizierungskonzepten, dem Bereich der Personalentwicklung und der sich daran anknüpfenden Rollenqualifikation befasste: So erfolgten auf Basis der neugestalteten Geschäfts- und Arbeitsprozesse Vorschläge für die Ermittlung und Schwerpunktsetzung des entsprechenden Qualifizierungsbedarfs des Personals, mit dem Ziel, die Mitarbeiter auf den daraus folgenden Wandlungsprozess vorzubereiten und entsprechend zu schulen.

■ QUALIFIZIERUNGSKONZEPTE

Sowohl durch eine Einführung neuer Geschäftsprozesse als auch im Zuge weiterer Projekte wie z.B. der bereits anfangs erwähnten Teilnahme von ABD am Faktencheck-Projekt #ZDFcheck17 erweiterte sich nicht nur das ABD-Dienstleistungsangebot, sondern brachte ebenfalls eine Reihe veränderter Anforderungen für die ABD-Mitarbeiter und die hiermit verbundene aktuelle Rollenorganisation der Abteilung mit sich. Hierbei handelte es sich einerseits um Veränderungen innerhalb der bestehenden Arbeitsprozesse; das betraf v.a. die Rechercheprozesse. Andererseits forderten diese Veränderungen die Zuhilfenahme entsprechender Tools, die für den Bereich Social Media ausgelegt sind. Neben dem Einsatz von Monitoring Tools gewann eine Reihe weiterer Werkzeuge an Relevanz, die kontextbezogen eingesetzt wurden. So wurde in Breaking-News-Situa-

tionen verstärkt auf Geolocation-Tools zurückgegriffen, oder wenn es um das Thema Verifikation ging, auf forensische Werkzeuge im Bereich Foto- und auch Video-Verifikation.

Durch das Wachstum von Social Media und den daraus entstehenden Produkten wird sich auch das Feld der damit verbundenen Werkzeuge und Supportprozesse von Seiten ABD stets weiterentwickeln.

Eine Integration dieser Tools in den regulären Geschäftsbetrieb fordert von den ABD-Mitarbeitern neben einer erhöhten Lernbereitschaft, auf die mit entsprechenden Qualifizierungsmaßnahmen reagiert werden muss, ebenfalls die Auseinandersetzung mit der Frage, welches Maß an Wandlungsfähigkeit der Abteilung grundsätzlich zur Verfügung steht.

Der Bereich ABD kämpft aktuell mit einem hohen Durchschnittsalter. Darüber hinaus fehlt einem Großteil der Kollegen der Umgang mit Social-Media-bezogenen Verfahren im redaktionellen Zusammenhang. Konkret heißt das: Viele der Mitarbeiter haben sich bisher zu wenig mit den Arbeitsprozessen und Schwerpunkten von Social-Media-Plattformen auseinandergesetzt. Die Arbeitsschwerpunkte der Abteilung sind momentan primär auf die linearen Redaktionen ausgelegt.

U. a. zeigt sich dies im Bereich der Inhaltsdokumentation. Die Auseinandersetzung mit einer entsprechenden Verschlagwortung von Beiträgen (Tagging) bzw. die Kenntlichmachung von Videomaterial für eine Weiterverwendung für Social-Media-Redaktionen beginnt erst jetzt Fahrt aufzunehmen.

Dennoch sollte sich aus den aktuell bestehenden Wissenslücken keineswegs ein allgemeingültiges Desinteresse von Seiten ABD bzw. eine fehlende Offenheit ableiten lassen. Bei einer der aktuellen Mitarbeiterversammlungen wurde den ABD-Kollegen die Möglichkeit geboten, bei einem offenen Forum zukünftige Arbeitsbereiche für sich abzustecken. Der Bereich Online und Social Media hatte hierbei einen verblüffend großen Zulauf und zeigte deutlich eine grundsätzliche Bereitschaft vieler Kollegen für Veränderungen. Es stellt sich also nicht die Fragen nach einem „Ob Social Media?“, sondern „Wie Social Media?“.

Das Erkennen und Umsetzen der veränderten Anforderungen stellt somit die erste Seite im Dreieck von **Wandlungsbedarf, Wandlungsbereitschaft und Wandlungsfähigkeit** dar. Bei der konkreten Umsetzung in Form entsprechender Qualifizierungsmaßnahmen ist es daher umso wichtiger, die Kollegen durch gezielte Schulungen auf die neuen Aufgaben und Kernkompetenzen vorzubereiten.

■ ROLLENORGANISATION

Hieran knüpft sich auch die (Re-)Organisation bestehender ABD-Rollen, deren Basis die innerhalb des Projekts gewonnen Erkenntnisse bilden. Durch die neu entstehenden Arbeitsabläufe und die damit verbundenen Aufgaben wurde eine Überarbeitung der bestehenden Rollenprofile wichtig. Sie dienten als Basis und Orientierung für die Einführung neuer Dienste. Unterschieden wurde zwischen wertschöpfenden Rollen, die im direkten Zusammenhang mit neuen Diensten standen, und strategischen sowie organisatorischen Rollen, die den Rahmen für die Etablierung bzw. Festigung der wertschöpfenden Rollen bildeten.

Von besonderem Interesse waren hierbei die wertschöpfenden Rollen, da sie mit den zu erbringenden Dienstleistungen im direkten Zusammenhang standen.

Um Klarheit über die Zuordnung der jeweiligen Kompetenzen zu den entsprechenden Rollen zu erhalten, konnte ich mithilfe eines sogenannten „Baukastenprinzips“ eine Grundlage für die Identifizierung entsprechender Schulungsschwerpunkte erarbeiten.

■ ERMITTLUNG DES QUALIFIZIERUNGSBEDARFS

Für die neu beschriebenen Rollen waren auf Basis der erarbeiteten Ergebnisse die folgenden Kompetenzbereiche von besonderer Bedeutung:

- Recherche-Werkzeuge
- Journalistische Kompetenzen
- ABD-Kompetenzen

Die beiden erstgenannten Punkte sind zum großen Teil mit der Aneignung neuer Fertigkeiten verknüpft, wohingegen der dritte Punkt vor allem in der Vermittlung der bereits vorhandenen ABD-Kompetenzen im erweiterten Kollegenkreis besteht.

Eine tabellarische Gegenüberstellung fasste neue sowie bereits bestehende ABD-Rollen (ABD-Dienste) zusammen und stellte sie den hierfür benötigten Qualifikationen gegenüber. Darüber hinaus ermöglichte die tabellarische Aufzählung das Aufzeigen der Schnittmenge, die zu den Kompetenzen bereits bestehender Dienste gegeben waren. Die Kompetenzdichte, die sich in den jeweiligen Diensten spiegelte, machte noch einmal die Notwendigkeit zur Etablierung entsprechender neuer Dienste deutlich: Es zeigte sich, dass v.a. der Service für das Team Social-Media-News eine hohe Kompetenzdichte erfordert. Zudem fiel aber auf, dass bereits viele Kompetenzüberschneidungen zur AG Newsroom bestehen, dem ABD-Kollegenkreis also, der die Redaktion der Aktualität unmittelbar unterstützt.

Die sich anschließende Ausarbeitung einer sogenannten Kompetenzen- und Interessen-Scorecard, ei-

ner Art „Fragebogen“, bot die Möglichkeit, nicht nur das aktuelle Qualifizierungsniveau der ABD-Mitarbeiter hinsichtlich der sich stellenden neuen Aufgaben zu ermitteln, sondern darüber hinaus auch ihre Stärken bzw. ihren Wunsch nach Weiterentwicklung für bestimmte Themenbereiche zu platzieren.

Im Rahmen der Personalentwicklung stellten neben der Frage nach dem aktuellen „Kompetenzlevel“ der ABD-Mitarbeiter auch ihre Interessen einen wichtigen Faktor dar. Mithilfe der Kompetenzen- und Interessen-Scorecard konnte nicht nur der aktuelle Stand von Fertigkeiten in Erfahrung gebracht werden, auch die Interessen, die die Mitarbeiter hinsichtlich der neuen ABD-Rollen mitbrachten, wurden hier ebenfalls abgebildet.

Dies ermöglichte zum einen eine präzise Ermittlung von „Stärken und Schwächen“, zum anderen eröffnete es den Kollegen auch Spielräume für eine berufliche Weiterentwicklung. Im besten Fall konnte so die Vielseitigkeit deutlich werden, mit der die Mitarbeiter im neuen Aufgaben-Portfolio von ABD einsetzbar sind. Auch dies ist ein wichtiger Faktor in Zeiten personeller Engpässe.

■ QUALIFIZIERUNGSOPTIONEN

Im Bereich der Weiterbildungsmaßnahmen stehen ABD aktuell vier Möglichkeiten zur Verfügung:

- **Hausintern:** Die ZDF-Abteilung Aus- und Fortbildung bietet in regelmäßigen Abständen Seminare zum Thema Social Media – Online an. Diese ermöglichen den Mitarbeitern die kontinuierliche Aneignung von Basiswissen auf diesem Gebiet.
- **Hospitationen:** Die Chance im Rahmen von Hospitationen nicht nur Einblicke in die redaktionellen Arbeitsweisen und Abläufe, sondern durch den Perspektivwechsel ebenfalls zusätzliche Impulse darüber zu erhalten, welche Workflow-Aspekte im eigenen Bereich noch optimiert werden können, ist für ABD nicht zu unterschätzen. Dies bestätigte sich auch bei zwei Kurz-Hospitationen, die ich im Rahmen meiner Projektarbeit bei den Social-Media-Teams der HA Kommunikation sowie HR Aktuelles absolviert habe. Im Gegenzug konnte ich die Social-Media-Kollegen mit meiner Recherche-Expertise vor Ort unterstützen und so die redaktionellen Prozesse unmittelbar positiv mitgestalten – eine Win-win-Situation für alle Beteiligten!
- **Abteilungsintern:** Durch Mitarbeiterschulungen können Fortbildungskonzepte erstellt werden, die noch exakter auf die Bedürfnisse der ABD-Kollegen

abgestimmt sind. Hier ist entscheidend, dass gerade auch Erkenntnisse von Seiten derjenigen Kollegen einfließen, die schon in die neuen Arbeitsprozesse involviert sind bzw. im Umgang mit neuen Tools erste Erfahrungen gesammelt haben.

- Bei der Gestaltung des Schulungskonzepts kann das ABD-Wiki positiv unterstützen. Bereits bei vergangenen Einarbeitungsprojekten erwies sich die Zugänglichkeit des entsprechenden Schulungskonzepts mit Hilfe des ABD-Wikis für die Rollenorganisation als sehr hilfreich.
- **Externe Schulungen:** Die Erfahrung hat bereits gezeigt, dass die Teilnahmen an Schulungen durch externe Anbieter zusätzlich wichtige Facetten im Rahmen der Weiterbildungsmaßnahmen liefern. So konnten beispielsweise bei verschiedenen Seminaren externer Recherche-Experten, wie z.B. Henk van Ess neue Impulse im Umgang mit passgenauen Recherchertools und ihren Anwendungsfällen gewonnen werden, die für eine intensiviertere redaktionelle Zusammenarbeit von großer Bedeutung sind.

Auch der Austausch mit weiteren Organisationen wie z.B. Mimikama (Verein zur Aufklärung über Internetmissbrauch), die Experten im Bereich der Verifikation sind, sollte kontinuierlich fortgesetzt werden.

■ ZUSAMMENFASSUNG

Abschließend ist festzustellen, dass die sich anbahnenden Veränderungen im Arbeitsalltag ein großes Potential in sich bergen. Sofern der Bereich dies erkennt, kann es ABD dazu verhelfen, vor allem im Rahmen der sich durch die zunehmende Rolle von Social Media vollziehenden redaktionellen Wandlungsprozesse, sich in den nötigen Punkten grundlegend zu erneuern, damit seinen Stellenwert anzupassen und letztendlich im Gesamtgefüge ZDF zu festigen.

Aus den gewonnenen Ergebnissen kristallisiert sich darüber hinaus eine wichtige Erkenntnis heraus: Das Neue liegt zu einem großen Teil in der Erneuerung von bereits Vorhandenem. Die ABD-Mitarbeiter bringen bereits viele Kompetenzen mit, die in einem veränderten Einsatzrahmen platziert werden müssen. Neben einem soliden Fundament von Qualifizierungsmaßnahmen in Form von externen und internen Schulungen, bietet daher vor allem die Neustrukturierung abteilungsinterner Schulungsmaßnahmen ein großes Potential. Für die Umsetzung derartiger Change-Prozesse ist v.a. der Einsatz der sogenannten Schwarmintelligenz gewinnbringend. Erreicht werden kann dies z.B. durch regelmäßige ABD-Jour-Fixes bzw. im Rahmen ZDF-interner Social-Media-Days oder durch die Einführung von Kreativzonen, in denen Mitarbeitern der Raum geboten wird, sich z.B. entsprechenden Social-Media-Tools anzunähern.

Dies eröffnet die Möglichkeit, die im Kollegenkreis bereits bestehende Social-Media-Expertise und Fachkompetenz zu erweitern, um den richtigen Weg zu einer erforderlichen und angemessenen Entwicklung im Berufsbild des Medienarchivars einzuschlagen.