

Markus Hertle

Musikredakteur, Hessischer Rundfunk, Frankfurt a. M.

Mit dem Dampfer durch den Äther – Musik für den Rundfunk

Seit 16 Jahren arbeitet Markus Hertle beim Hessischen Rundfunk, wo er zunächst als Musikmoderator und Redakteur bei h3 tätig war und 1997 die Wellenleitung für das Radioprogramm hr-XXL übernahm. Seit Februar 2002 ist er bei der hr-Werbung für den Aufbau von Clubs verantwortlich.

Einstieg in den Beruf und Qualifikationen

"Das war meine Berufung. Das war mein Traumjob. Ich wollte da unbedingt rein, als Musikmoderator und -redakteur", erinnert sich der heute 43 jährige Markus Hertle an sein dreimonatiges Praktikum beim Hessischen Rundfunk, das er nach Beendigung seines Studiums der Kulturpädagogik in Hildesheim mit Schwerpunkt Musik, absolvierte. Zwar hatte man ihn zunächst in der Fernsehredaktion "Unterhaltung" eingesetzt, doch fühlte er sich beim Sortieren von Briefen anlässlich Heinz Schenks zweihundertster Sendung unterfordert und ließ sich in den Hörfunk versetzen. Seit eines Studienpraktikums beim NDR war ihm klar, dass er in Richtung Musik und Medien marschieren wollte.

Noch während der Praktikumszeit beim hr bot sich ihm die Möglichkeit, an einem Moderatoren-Casting teilzunehmen. Da hatte er das Glück, am Morgen seines Vorstellungstermins ausgerechnet mit dem Hauptabteilungsleiter gemeinsam vor einer verschlossenen Studiotür zu stehen, so dass genug Zeit blieb, diesem entscheidenden Menschen erst einmal seinen Lebenslauf zu erzählen. Für die Einstellung als Musikredakteur bei einem öffentlich-rechtlichen Sender waren damals aber noch weitere Faktoren relevant. Natürlich musste überhaupt eine Stelle frei sein, denn anders als in der freien Wirtschaft galt hier nicht das Motto: Da sind gute Leute und die wollen wir haben. Voraussetzung waren Erfahrung im Zusammenstellen von Musikprogrammen; hier hatte Markus Hertle sich bereits dadurch qualifiziert, dass er

während seines Studiums als Diskjockey jobbte; Medienerfahrung und ein Musikstudium vorzuweisen hatte. „Hinzu kam auch, dass die Stelle mit einem jungen Menschen besetzt werden sollte“, so Hertle. "Beworben haben sich Hunderte, aber die waren alle jenseits der Dreißig. Ich war zu dem Zeitpunkt 27 und hatte keine Ahnung, was ein Redakteur machen muss. Aber der Abteilungsleiter setzte sich für mich ein." Die Stelle als Redakteur, die er mit einem halben Jahr Probezeit bekam, musste er allerdings erst einmal mit Inhalten füllen. "Es fing mit dem Zusammenstellen von Musikprogrammen an und weitete sich immer mehr aus bis ich ganze Sendeschienen zu verantworten hatte und schließlich selber moderierte." Eine Tür öffnete die nächste und so moderierte er später auch für das Fernsehen "Live aus dem Schlachthof" und andere Jugendsendungen. "Was mir außerdem gelungen ist, war 1990 die Einführung der Clubnight, einer DJ-Sendung, die bundesweit für Furore sorgte, weil es die erste war. Zu der Zeit war die Dance-Musik - Techno, House - im Aufbau und wir haben mit der Clubnight auch CDs herausgebracht."

Als der hessische Rundfunk 1997 sein Programm mit vier neuen Wellen aufstockte, wurde XXL ins Leben gerufen und er bewarb sich daraufhin hausintern als Chefredakteur, der beim hr auch als Wellenleiter bezeichnet wird. "In drei Monaten habe ich den Sender aus dem Boden gestampft. So etwas macht man nur einmal, das war die Chance meines Lebens. Wir waren nachher 65 Freie und drei Festangestellte und es gab ein 24 Stunden Programm."

Highlights stellten die zahlreichen Interviews mit Stars wie Udo Lindenberg, Rod Stewart oder Phil Collins dar und die Möglichkeit zu reisen, zum Beispiel in die USA, nach Malta oder nach Südafrika, um dort Festivals mitzuorganisieren. "Ich habe mich gewundert, dass ich dafür bezahlt werde, ich hätte dafür Geld bezahlt."

Mittlerweile ist Markus Hertle verheiratet, hat zwei Kinder und geht nicht mehr in die Diskothek. "Der Sender hat im Februar mit **185%** die höchste Zugangsquote bundesweit gehabt und ich denke, da muss jetzt ein Jüngerer weitermachen." Hertle ist jetzt bei der hr-Werbung, einer hundertprozentigen Tochter des Hessischen Rundfunks tätig und wird Clubs für die einzelnen Wellen aufbauen. "Die Clubs sind dazu da, um eine Hörerbindung zu generieren, neue Hörer zu gewinnen und um einen Mehrwert für uns und die Hörer zu schaffen. Das sieht dann so aus, dass wir Veranstaltungen organisieren, Partys oder Hörerreisen" - die Möglichkeiten sind

unendlich, und Markus Hertle freut sich darauf, wieder etwas neues aufbauen zu können.

Arbeitsalltag

Als Chefredakteur von XXL war Hertle verantwortlich für Personal, Etat, Ausrichtung, öffentlichen Auftritt einschließlich Corporate Design. Zum Alltag gehörten die zwei Redaktionssitzungen, bei der die einzelnen Tages- und Wortredaktionen besprochen wurden sowie eine Haussitzung, sei es die Kommunikation der Wellen untereinander, Marketingstrategien, Werbeaktionen **etc.** oder auch "furchtbar trockene Sachen", wie Honorare, Lizenzen und Verwaltungsangelegenheiten. Außerdem gab es täglich drei bis vier Gespräche mit Mitarbeitern, weil unvermittelt irgendwo ein Problem, sei es technischer oder zwischenmenschlicher Art, aufgetaucht war. Nicht zu vergessen sind strategische Sitzungen der Musikredaktion, bei denen wöchentlich die Neuheiten abgehört und entschieden wurde, was in welcher Rotation auf die Playliste kommt. Zusätzlich fallen zahlreiche Außentermine an, zum Beispiel Veranstaltungsbesuche, die habe er aber in seiner Position als Chefredakteur immer gut steuern können. Man muss delegieren können, meint Hertle.

"Rein tariflich muss ich 38,5 h arbeiten, aber das hat nie gereicht. In der Regel waren es zwischen 9 und 11 Stunden am Tag, was mir aber nicht aufgefallen ist, weil ich motiviert war. Oft nimmt man im Kopf Arbeit mit nach Haus, und denkt, das könnte ich noch machen."

Besonderheiten des Berufsfeldes und der Aspekt der Kulturvermittlung

Nach 16 Jahren Rundfunkerfahrung ist Hertle der Ansicht, dass ein Radiosender nur dann erfolgreich gestaltet werden kann, wenn er auf einem Teamgedanken und einem klaren Profil basiert. "Man muss eine gemeinsame Aussage formulieren. Ich habe mich als Primus inter Pares verstanden, der Aufgaben formuliert und kanalisiert. Viel lieber hätte ich zwar in erster Reihe als Moderator gearbeitet, aber zu dem Zeitpunkt war ich schon 37, und hätte nicht mehr als Markus Hertle moderieren können." Bei einer Zielgruppe von 14-25 Jährigen wäre er zum Onkel Markus geworden, sagt Hertle. Für die Moderation wurden daher freie Mitarbeiter eingestellt. Da der wichtigste Einschaltimpuls die Musik ist, braucht jeder Sender ein musikalisches Profil. "Bei Mitarbeitern, die sich genauso damit identifizieren wie ich das getan habe, geht das mit dem persönlichen Geschmack einher." Allerdings sei

es nicht radiophon genug gedacht, nur die eigene Lieblingsmusik zu spielen. "Es hat einige Streitereien gegeben, die gerade in der Jugendmitarbeitergruppe leidenschaftlich geführt wurden, resümiert Hertle. "Meine Tätigkeit hat sich immer mehr darauf reduziert, Konflikte auch unter den Mitarbeitern aus dem Weg zu räumen. Das hat mehr psychologische und gruppensdynamische Faktoren, als inhaltliche und strategische Überlegungen. Ich arbeite gerne mit Menschen, aber sie stehen einem auch oft im Weg. Man muss in einem Haus wie im hr - das sind 1.700 Festangestellte und 6.000 Freie - viele interne Punkte bedenken, Innenpolitik betreiben, um das zu erreichen, was man möchte. Es ist ein träger Dampfer, der sich manchmal selber lähmt, aber wenn er dampft, dann dampft er erst mal".

Seine Motivation zieht Hertle aus der Liebe zur Musik und den Medien, dem Wunsch etwas bewegen und formen zu wollen.

Wieviel der kulturell - künstlerische Anteil im Gegensatz zu Organisation und Verwaltungsarbeit ausmacht? "Es ist ein hoch kommunikativer Job", sagt Markus Hertle. "Die Binnenkommunikation hat den größten Teil ausgemacht. Ich schätze mal 60%. 20% Strategie, 30% Organisation, aber es gab auch verschiedene Phasen. Als Leiter muss man in der Lage sein, sich selbst zu reflektieren und seine eigene Position zu relativieren. Als Mitarbeiter ist ein höheres kreatives Moment gefragt." Was die Kulturvermittlung in seinem Beruf betrifft, ist Hertle der Ansicht, dass sich seine Arbeit täglich damit auseinandersetzt. "Kultur ist für mich, wie ich mit Messer und Gabel esse, da fängt es an. Vermittlung beginnt, wenn ich die Möglichkeit habe Britney Spears oder U2 aufzulegen." Dann lege er lieber U2 auf. In der Musikbranche seien viele Produktionen reine Marketingkonstrukte, so Hertle. "Natürlich ist das bei U2 auch der Fall, nur da schwingt noch etwas anderes mit, was ich als authentischer empfinde. Authentizität ist ein wichtiges Wort in meinem Bereich, gerade um Jugendliche zu erreichen - Glaubwürdigkeit. Wir müssen viele Menschen erreichen, nur so haben wir eine Daseinsberechtigung. Das ist eine Gradwanderung zwischen Anspruch und Menge."

„Wer beim Öffentlich-Rechtlichen Fuß fassen möchte, hat es derzeit nicht leicht.“ Es sei "sehr schwer, überhaupt eine Festanstellung zu bekommen. Die Konkurrenz ist groß, und man braucht viel Glück." Um nicht die Altersversorgung und die Sozialleistung tragen zu müssen, wird in den Redaktionen ausgedünnt. Der Trend

geht zur freien Mitarbeit. Wenn es Stellen gibt, werden die erst einmal intern ausgeschrieben.

Dennoch sieht Hertle die Chancen für die Zukunft positiv. Die Mediengesellschaft wird sich schneller entwickeln, als in den letzten 20 Jahren. Wer die nötige Begeisterung habe, sie auch zeige, beharrlich sei und sich nicht entmutigen lasse, wird es schaffen: "Wer will, kriegt den Fuß rein".

Redaktion: Andrea Nementz, Annika Trentzsch

aus:

Mandel, Birgit: Lust auf Kultur. Karrierewege in das Berufsfeld Kulturvermittlung.
Nürnberg 2002.