

## Die Mauern müssen fallen - Zur Zukunft der Zeitung

Ein Beitrag von Renate Schauer, die sich nach langjähriger Erfahrung in Redaktionen und mit Öffentlichkeitsarbeit in einem Weiterbildungskurs der FU Berlin wissenschaftlich mit der "Zukunft der Zeitung" auseinandersetzt.

Zeitungen sind etwas Lebendiges: Poetisch könnte man die Zeitung mit einer Pflanze vergleichen, die nicht nur der Düngung ihr Gedeihen verdankt. Die rein materiellen Ressourcen wären bald erschöpft. Das Hegen, die Pflege, das Management muß - um im Bild zu bleiben - den gesamten Garten umfassen und sich um das Klima sorgen.

Wer Zeitungen fit machen will für die Zukunft, muß also wissen: Es genügt nicht, zuvorderst das Mediennutzungsverhalten und die Wünsche der einzelnen Leserschafts-Segmente (der "Publika", wie die Kommunikationsforschung sagt) zu studieren, Layout und Inhalt hie und da etwas aufzupeppen. Verleger müssen einfach gärtnerischer werden!

### Zartes Pflänzchen

Und die Redaktionsmitglieder? Sie sollten sich immer wieder fragen: Sitze ich zu sehr im Elfenbeinturm? Bestimmen zu viele Rituale meine Arbeitsweise? Schöpfe ich wirklich alle Ressourcen des Hauses, in dem ich tätig bin, hinreichend aus?

Als Redakteurin sollte es

mich beispielsweise interessieren, ob mir die Anzeigen-Aquisiteurin eventuell - während oder auch außerhalb der üblichen Besprechungen zum redaktionellen Umfeld von Anzeigen-Kollektiven - wertvolle Tips geben kann. Etwa über die Wünsche jener Publika, die nicht in die journalistisch geläufigen "gesellschaftsgestaltenden Rituale" wie Pressekonferenzen, Parteitage oder Kulturveranstaltungen eingebunden sind, also etwa alte Menschen, Hausfrauen oder Jugendliche.

### Abbau von Mauern

Die wichtigsten Schlagworte für die Zeitung der Zukunft lauten nämlich:

# Abbau von Mauern. Mehr Kommunikation zwischen allen Verlagsabteilungen und mit den Publika.

# Konsequente Standortbestimmung der Zeitung, Bündelung der publizistischen Ziele sowie abgestimmte Steuerungsmaßnahmen im Verlag.

# Blickwinkeländerung im Journalismus: Weg von übertriebener redaktioneller Eigenmacht hin zur kontinuierlichen

Qualitätsverbesserung dank eines lebendigen Infrastrukturnetzwerks.

Die Anzahl der Mauern innerhalb des Organismus "Verlag" ist derzeit noch erstaunlich hoch; flache Hierarchien und querlaufende Kommunikationsströme zwischen Ressorts und Abteilungen findet man eher selten. Gesund wird der Organismus "Zeitung" jedoch nur durch Erkenntnisgewinn aus vielfältigen Querverbindungen. Das darf natürlich nicht bedeuten, daß die Redaktion vor den Wünschen der Anzeigenkunden kuscht oder sich des leichteren Marketings wegen vor unangenehmen Themen drückt. Denn beides würde die redaktionelle Glaubwürdigkeit beeinträchtigen. Und von dieser hängt nicht nur das Vertrauen der Leser ab, sondern genauso die Investitionsbereitschaft der Inserenten.

Der Abbau von Mauern ist eine Management-Aufgabe. Sie dient der besseren Ausschöpfung von Ressourcen. Doch wenn von ihr die Rede ist, kommt sofort Angst auf vor gewinnmaximierender Rationalisierung, sprich: Abbau von Arbeitsplätzen. Daß es um Qualitätsverbesserung



des Produkts und damit letztendlich um Arbeitsplatzsicherheit geht, muß erst vermittelt werden. Die Zauberformel dafür heißt "Transparenz".

Gewiß, diese öffentlich herzustellen ist für JournalistInnen täglich Brot - aber ist es das auch in eigener Sache?

### Transparenz

Gibt es in meinem Verlag regelmäßige Rundschreiben und eine Mitarbeiterzeitschrift, um alle über alles ins Bild zu setzen (mit Schlagzeilen wie: "Eingespertes dient Weiterbildung" oder "Zwei Freie mehr zur Unterstützung der Redaktion")? Gibt es Richtlinien zum Führungs- und Mitarbeiterverhalten (wie sie beispielsweise beim Remscheider Generalanzeiger gemeinsam mit den Mitarbeitern aller Hierarchie-Ebenen entwickelt wurden)?

Gibt es eine Öffentlichkeitsarbeiterin, die die Neugier der Publika auf besondere redaktionelle (Service-)Angebote - Supplements, Serien, Themenschwerpunkte, Aktionen - schon im Vorfeld anheizt? Die außerdem die Wünsche der LeserInnen aus einem ganz anderen Blickwinkel aufnimmt und uns schmackhaft macht?

Gibt es eine LeserInnen-Ombudsfrau nach amerikanischem Vorbild, die interne Kritik übt und der Redaktion hilft,

journalistische Fehler zurechtzurücken? Viele gute Ideen werden derzeit erprobt, doch noch nicht alle Verlage sind so experimentierfreudig.

Transparenz in eigener Sache muß auch nach außen wirken: LeserInnen fühlen sich besonders ernst genommen, wenn sie erfahren, unter welchen Bedingungen der eine oder andere Beitrag zustande gekommen ist. Das befriedigt ihre Neugier und ermöglicht ihnen, die gedruckten Aussagen mündig zu relativieren. In der Konsequenz bedeutet das für die AutorInnen, penibler über den Bedeutungsgehalt von Informationen nachzudenken, die eigene Perspektive und damit den eigenen Standort in der Berichterstattung zu überprüfen.

### Frauen als Eisbrecher

Journalismus "von oben" ist out! Vielmehr sollten JournalistInnen darauf hinarbeiten, die Einmischung der LeserInnen herauszufordern, wie sie in den USA von sogenannten "mediawatchdogs" - ehrenamtlichen MedienbeobachterInnen - schon praktiziert wird. Die Nähe zur LeserInnenschaft erschöpft sich eben nicht in der Erfüllung von deren Wünschen, sondern geht bis zur aktiven Auseinandersetzung mit Gegenöffentlichkeiten - fernab der geläufigen Rituale.

Damit dieser Ansatz akzeptiert wird, ist bei den JournalistInnen schon eine gewisse Bereitschaft zur Änderung des eigenen Blickwinkels nötig. Der zu erwartende höhere Frauenanteil in Redaktionen wird dieser Entwicklung Auftrieb geben. Art Naumann, Ombudsman der "Sacramento Bee", erwartet von den neuen Redakteurinnen eine "Neudefinition und Ausweitung des Nachrichtenspektrums sowie andere Darstellungsformen: "Politikberichterstattung (...) wird nicht mehr wie ein Pferderennen aussehen, sondern sich mehr auf Sachfragen konzentrieren."

Welch tröstliche Perspektive! Und wie gut für uns selbst und für unsere zukünftigen ArbeitgeberInnen, daß sich Frauen, wo sie nicht gerade schmalspurig herrschaftlichen Machtprinzipien folgen, in der Regel als kompetentere Kommunikationsprofis erweisen - seit jeher gewohnt, das Eis zu brechen und Mauern einzureißen.

*Renate Schauer stützt sich bei ihrer 20 Seiten umfassenden Arbeit auf viele Quellen (z.B. Stephan Ruß-Mohl, "Der I-Faktor-Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus. Modell für Europa?"). Rückfragen beantwortet sie gern: Fon 07171 - 76914.*