

Verein Qualität im Journalismus

Medien Award 2009

Laudatio 3.11.09

Verehrte Award-Gewinner

Verehrte Damen und Herren

Liebe Kolleginnen und Kollegen

Heute ist die Verleihung des Medien-Awards, nächste Woche kommt der Qualitäts-Award des Verbandes SCHWEIZER PRESSE für Fach- und Spezialtitel, und das hat den allzeit gespürigen Branchendienst «Kleinreport» vergangene Woche zu einer freundlich-ironischen Glosse veranlasst, die ich gut nachvollziehen kann. Die Nähe der Daten ist zufällig und dem gedrängten Kalender dieser bedrängten Branche geschuldet. Dass auf der Veranstalterseite teilweise die gleiche Täterschaft am Werk ist, muss eingestanden werden. Josefa Haas und ich hoffen natürlich, dass wir nicht die einzigen sind, denen journalistische und verlegerische Qualität zwei Herzensanliegen sind. Im übrigen lassen wir uns für unseren immer noch jugendlichen Eifer in dieser Sache gern necken. Wir sind uns ja gerade in dem Kreis, der heute abend zusammengekommen ist, wohl einig: Für die Qualität kann man nicht genug tun.

Qualität – ich wage eine unwissenschaftliche Definition – ist die optimale Übereinstimmung von Marktleistung und Kundenwunsch unter Wahrung der beidseitigen Integrität. So gesehen ist Erfolg immer ein Qualitätszeichen oder, vorsichtiger formuliert, jedenfalls kein Beweis für das Gegenteil. Wer sich im Markt – zumal im engen, kleinen Schweizer Medienmarkt – über lange Zeit hinweg behaupten kann, muss etwas fundamental richtig gemacht haben.

Und damit sind wir bei HOCHPARTERRE, Zeitschrift für Architektur und Design, seit mehr als zwanzig Jahren erfolgreich unterwegs in einem Markt, in dem es von Individualisten der anspruchsvollen Sorte wimmelt, von Leuten, die eigentlich selber wissen, wie man sich inszeniert und darstellt und die ein ausgesprochen empfindliches Formgefühl haben.

Wenn wir jetzt noch die Biografie dieses Projekts anschauen, finden wir einmal mehr die alte Verlegerweisheit bestätigt: Leg dich quer, dann bist du wer. Oder: Nur wer das scheinbar

Unmögliche versucht, wird Erfolg haben. Man kann es auch mit der Musical-Sentenz ausdrücken: Träume nicht dein Leben – lebe deinen Traum!

Benno Loderer – er stand am Anfang des unmöglichen Projekts Hochparterre – ist ein Mann, der bei aller Bodenhaftung das Denken und das Träumen nicht verlernt hat. Er hat damals, in den 80er Jahren, aus dem guten Geist des 68er Aufbruchs heraus beim «Tages-Anzeiger» etwas eingeführt, das so nahe liegend war, dass kein Journalist vor ihm auf die Idee gekommen ist: Architekturkritik.

Eigentlich logisch, sollte man meinen. Wenn eine Kindergärtnerin aus dem Weinland ein Lyrikbändchen herausbringt, wird sie als Hoffnung der neuen Poesie in Rezensionen gewürdigt. Wer eine Beiz oder eine Boutique eröffnet, kommt in die Zeitung, von all den Malern in Öl und Essig ganz zu schweigen. Aber bis Benno Loderer hat niemand die Häuser kritisch besprochen, die uns vor die Nase gesetzt werden und die dann für Generationen stehen bleiben. Niemand hat uns den Sinn dafür geschärft, dass beim Bauen und Gestalten Alltagskultur stattfindet, die unseren Lebens- und Erlebnisraum stärker prägt als die meisten Beizen und Boutiquen, von Aquarellen und Lyrikbändchen ganz zu schweigen. Benno Loderer, selbst gelernter Architekt und damit auf gleicher Flughöhe unterwegs wie seine Opfer, leitete in Zürich das Zeitalter des «Stadtwanderers» ein und wurde innert kurzer Zeit zu einem der meistgelesenen und meistdiskutierten Journalisten.

Loderer und der Stadtwanderer – das wurden Marken, und Marken drängen nach Ausbreitung. Das heisst im Zürcher Frühfranzösisch «line extension». Bald war Benno Loderer schwanger mit einem Projekt, das intern «Architekten-Blick» genannt wurde. Es sollte eine aktuelle Zeitung sein. Aber farbig sollte sie auch sein, und das war damals ein finanzielles Problem. Also eine Zeitschrift!

Um der Transparenz willen gestehe ich, dass ich damals nicht ganz unschuldig daran gewesen bin, dass diese Produktidee im Haus von Beat Curti landete. Dort erlitt sie das Schicksal vieler publizistischer Innovationen. Sie wurde sie nach allen Regeln der verlegerischen Kunst konzipiert, realisiert, dann eine Zeitlang durchgestiert und schliesslich vor der Zeit exekutiert. Das Kleingewerbe passte eben nicht in die Fabrik. Die Fixkosten waren zu hoch, möglicherweise

war auch die Geduld zu gering. Wie auch immer: Das Projekt wurde fallen gelassen, die kleine, verschworene Belegschaft war traurig. Aber unser Verleger war ein kluger Mann. Er wusste: Eine Zeitschrift kann man nicht kostenlos einstellen, also war er ohne weiteres der Idee zugänglich, dem betroffenen Team den Betrag als Reisegeld mit auf den ungewissen Weg zu geben, den er für die Beendigung des Experiments ohnehin hätte aufwerfen müssen.

Seither ist Hochparterre selbstständig unterwegs – als eigenartig selbstverwaltetes Unternehmen im Besitz jener, die dort arbeiten. Die Erfahrung hat sie gelehrt, nach soliden kaufmännischen Prinzipien zu arbeiten; deshalb halten sich Gleichstellung und Selbstausbeutung in Grenzen, dafür hat man keine Berührungsangst zur kommerziellen Seite des Geschäfts. Das Wichtigste aber – und das hat in der Jury den Ausschlag gegeben für den Award-Entscheid: Hochparterre hat über mehr als zwanzig Jahre, also über zirka zwei Hochkonjunkturen und drei Rezessionen hinweg nie seine Seele verkauft und nie seine Grundsätze verraten, die da lauten: Bauen und Gestalten sind öffentliche Angelegenheiten. Jede Baustelle ist eine Schnittstelle zwischen privaten und öffentlichen Interessen, jede gestalterische Aufgabe ist eine Herausforderung an Professionalität und intellektuelle Redlichkeit. Hochparterre sucht und lobt und fördert das Bestmögliche und verfolgt das Erstbeste mit beissendem Spott. Längst kreist der Radar dieser Zeitschrift über die traditionelle Architektur hinaus. Planung, Bodenverbrauch, Siedlungspolitik sind ihre Themen, aber auch Alltagsdesign und Lebensart. Und Hochparterre ist ein solides, gefestigtes Unternehmen geworden dank der Tatsache, dass die Marktbedürfnisse nach Selbstdarstellung – in Themenbeilagen, Sonderheften und dergleichen – ohne falsche Scham und Scheu befriedigt worden sind, aber klar gekennzeichnet und nach den gleichen Kriterien und Ansprüchen, mit denen sie Monat für Monat ihre Zeitschrift machen.

Inzwischen ist Köbi Gantenbein der Regisseur und Leader eines 14 Persönlichkeiten umfassenden Teams: Er ist ein Prättigauer aus Überzeugung, ein heruntergekommener Bündner also, heruntergekommen, um den Zürchern zu zeigen, was man mit Beharrlichkeit, Bodenhaftung und dem Blick zu den Sternen alles erreichen kann. Aus dem Magazin wurde ein Verlag mit Zeitschriften, Sonderheften, einer Bücheredition und einer Buchhandlung. Ein Verlag, der kulturpolitisch eine Rolle spielt und ein Unternehmen, dessen Mitarbeiter ein hohes Mass an Autonomie und Mitbestimmung haben. Nicht schlecht für ein Projekt, das eigentlich am Ende war, bevor es richtig begonnen hatte – und ein Leuchtturm gerade für irritierte Journalistenseelen

in einer Zeit des Katzenjammers und der widrigen Herbststürme. Das Beispiel Hochparterre scheint uns zu lehren: Versucht's doch einmal mit Unternehmertum!

* * *

Die Tätigkeit in der Award-Jury war dieses Jahr ziemlich frustrierend – nicht wegen mangelnder Qualität der Eingaben, sondern wegen des Gegenteils. Wir hätten eigentlich fast jedes Projekt auszeichnen können und wollen, aber wir waren zum Entscheiden gezwungen. Im Fall von Hochparterre hat der durch über zwanzigjährige Tätigkeit beglaubigte Erfolg unter Wahrung es Charakters den Ausschlag gegeben.

Aber auch die Schweizerische Stiftung Medien und Gesellschaft ist gut unterwegs zu nachhaltigem Erfolg, dies sogar weltweit, denn sie fördert Qualität der Medien durch die Verbreitung von Management-Methoden in Zusammenarbeit mit dem DEZA in fast 20 Medienmärkten rund um den Globus. Damit schafft sie die Grundlage für die wirtschaftliche Stabilität von Medienprojekten, was allemal die Voraussetzung bildet für journalistische Qualität.

Hier ist eben das Scharnier zwischen der Welt der Zahlen und derjenigen der Buchstaben. Am weltweit verbreiteten und erfolgreich erprobten Projekt dieser Stiftung gefällt mir persönlich der leistungsbezogene, sozusagen industrielle Ansatz: Für das Qualitätsmanagement von Medien wurden Normen entwickelt, analog zu den Qualitätsnormen, nach denen Papierfabriken oder Druckereien zertifiziert werden, aber auch intellektuelle Dienstleistungsbetriebe wie Treuhandfirmen, Unternehmensberatungen, Anwaltskanzleien usw. Warum sollten solche Standards nicht auch auf die Redaktionen von Zeitungen, Zeitschriften und Sendern anwendbar sein?

Journalisten und Redaktoren lieben Messbarkeit ebenso wenig wie standardisierte Arbeitsabläufe, bürokratische Regeln, Aktenführung, Ordnung, Kontrolle. Allzu oft wird das Chaos als schöpferisch bezeichnet, dabei ist es nur bequem. Aber wir üben unser Metier nun einmal unter erschwerten Bedingungen aus. Wie alle anderen Branchen in der Leistungsgesellschaft können wir uns Verluste aus Koordinationsfehlern, Reibungen, Doppelspurigkeiten und Nachlässigkeit immer weniger leisten. Die Märkte werden nicht aufhören, uns unter Produktivitätsdruck zu

setzen. Die Gesellschaft verlangt von ihren redaktionellen Dienstleistern immer mehr Kompetenz und Präzision. Wir haben also gar keine andere Wahl, als besser zu werden. Die Stiftung Medien und Gesellschaft verhilft dazu – nicht nur in Fidschi, Iran und Litauen, sondern auch bei uns, denn wir haben es ebenso nötig. Deshalb findet die Jury die auf Langfristigkeit und Nachhaltigkeit angelegte Arbeit der Stiftung höchst achtens- und förderungswert. Es freut uns, heute einen Beitrag dazu leisten zu dürfen, dass sie noch bekannter und anerkannter wird.