

Herzberg-Tagung 2006

Thesenjournalismus: ein Konzept für Bern?

© Michael Hug, Chefredaktor Berner Zeitung

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Tagungsleitung hat mich in Würdigung meiner journalistischen Vergangenheit mit dem Thema „Thesenjournalismus: ein Konzept für Bern?“ bedacht. Nach der Definition von Professor Vinzenz Wyss schlachtet der Thesenjournalismus Indizien aus, welche die These stützen, während „der These widersprechende Indizien aber unterbelichtet oder gar weggelassen“ werden.

Deshalb können wir es kurz machen: Thesenjournalismus dieser Prägung ist kein Konzept für eine Regionalzeitung, deren Ziel es ist, in einer geografisch eng begrenzten Region eine möglichst hohe Abdeckung zu erzielen.

Trotzdem möchte ich dem Wunsch der Theoretiker nach Etikettierung entgegenkommen, hier eine These zur Problematik der klassischen Tageszeitungen aufstellen und den Thesenjournalismus damit gewissermassen zu meinem Konzept für diese Tagung machen.

Meine These: Die Tageszeitungen verlieren die Aufmerksamkeit ihres Publikums nicht in erster Linie wegen Spardruck und Konkurrenz, sondern weil sie zu oft absehbaren und pseudokritischen Journalismus betreiben. Und weil die Redaktionen ihre eigene Bedeutung über- und ihr Publikum notorisch unterschätzen.

Ich möchte anhand dreier Punkte erklären, was ich damit meine:

1. Die Welt der Redaktionen

Die meisten Journalistinnen und Journalisten wechseln direkt vom Schulbetrieb in den Redaktionsbetrieb und bringen keine Erfahrungen aus der realen Arbeitswelt in der Wirtschaft mit, die die Lebenswelt des grössten Teils ihrer Leserinnen und Leser ist. Auch in der Redaktion bleiben sie, obwohl in der Privatwirtschaft tätig, weitgehend abgeschottet von so profanen Dingen wie einer Kundenbeziehung, weil der Verlag strikte von der Redaktion getrennt ist. Diese Abschottung hat gute Gründe, weil sie die Interessen der Leserschaft – allzu oft leider uminterpretiert in die Interessen der Journalisten – von jenen der Anzeigenkunden trennt. Aber diese Abschottung führt publizistisch zu einer entsprechenden Weltsicht, die wohl am ehesten mit jener von Staatsangestellten verglichen werden kann. Und ganz nebenbei führt sie auch häufig zu einer erschreckenden Ignoranz und Ueberheblichkeit gegenüber Reaktionen aus der Leserschaft, die nicht selten reflexartig und ohne inhaltliche Auseinandersetzung als Angriffe auf die Pressefreiheit abgetan werden.

Inhaltlich richten sich Zeitungsredaktionen nach jenen, die sie mit Informationen füttern, statt nach denen, die ihre Zeitung kaufen: Nach wie vor bestreitet die

Agenda der Institutionen, insbesondere des politischen Betriebs, weitgehend den Inhalt der Tageszeitungen. Die Journalisten bewegen sich in diesem Beziehungsfeld, suchen dort ihre Geschichten und erhalten dort am meisten Feedback – abgesehen von jenem der Kolleginnen und Kollegen. Denn Feedbacks aus der Leserschaft sind selten geworden und wenn sie kommen, gelangen sie oft nicht einmal bis zu den Autorinnen und Autoren eines Beitrags.

Gleichzeitig behandeln Tageszeitungen Vorgänge, die für ihr Publikum wichtig sind, stiefmütterlich: Das Geschehen entlang der grossen Verkehrsströme, Fernseh-Ereignisse, Steuer- und Schulthemen, usw. Daran sind auch, aber nicht nur die knappen personellen Ressourcen schuld, sondern ebenso persönliche Präferenzen sowie die mangelnde Bereitschaft, Prioritäten anders zu setzen und die bequemen institutionalisierten Pfade der Informationsbeschaffung zu verlassen. Wir Journalisten sehen uns oft allzu selbstgefällig in einer aufklärerischen Rolle und unterschätzen dabei sträflich, dass unser Publikum von vielen Themen mehr versteht als wir selbst, dass es nicht a priori aufgeklärt, sondern informiert werden will und dass es auf die Zeitung locker verzichten kann, wenn sie ihm die über 300 Franken jährlich nicht mehr wert ist. All das ficht uns wenig an: Wir diskutieren bis zur Erschöpfung wenig bedeutsame politische Stilfragen oder schreiben fröhlich hochstehende Features über Volksfeste, in denen wir unseren Leserinnen und Lesern zu verstehen geben, wie sehr sie eigentlich hinter dem Mond sind.

2. Konkurrenz und Spardruck sind nicht an allem schuld

Die gängige Theorie lautet, dass die Qualität der Zeitungen schlechter wird, weil die Redaktionen unter Spardruck stehen. Und: Dass sie unkritischer sind, weil sie sich Recherchen nicht mehr leisten können. Das ist sicher nicht falsch, aber ebenso sicher auch nicht die ganze Wahrheit. Niemand zwingt die Redaktionen dazu, ihre Ressourcen so einzusetzen, wie sie sie einsetzen: Nämlich in die chronistische Vertiefung eines Geschehens vom Vortag, das auf allen schnelleren Kanälen längst abgebildet wurde, in die breite Erörterung parteipolitischer Mikroprozesse und das überproportionale Interesse an Minoritätsprogrammen aller Art, insbesondere im kulturellen Bereich. In Redaktionen wird zuwenig darüber nachgedacht, welcher Pflichtstoff wirklich Pflicht ist. Lieber orientieren sie sich an den Masstäben anderer Tageszeitungen und beziehen daraus die Gewissheit, richtig zu liegen. Kein Wunder, kommt zuweilen der Eindruck auf, Zeitungsjournalisten seien alle gleicher Meinung; über die Nuancen können nur sie selbst sich noch ereifern. Eine Presse aber, die auf jedes Ereignis (Stichwort Blocher) reflexartig und absehbar reagiert, wird kaum als kritisch empfunden, eher wohl als missionarisch.

Gleichzeitig verzichten die Redaktionen fast bedenkenlos auf wichtige Elemente. Denn Sparprogramme werden allzu oft von der internen Hierarchie und nicht von den Kundenbedürfnissen bestimmt: Wenn Zeitungsredaktionen sparen, dann zumeist in jenen Bereichen zuerst, die intern den geringsten Status haben: Bei Produktion und Layout, bei der Bildredaktion, beim Veranstaltungskalender, beim Sport. Muss ein Text gekürzt werden, dann lieber im kleingedruckten Text mit den Basisinformationen zu Durchführungsort, Veranstaltungsbeginn und Internetadressen als bei den eigenen Sätzen.

3. Die journalistische Ausbildung setzt die falschen Schwerpunkte.

In den Redaktionen besteht ein grosser Ausbildungsbedarf. Aber das Problem liegt nicht in erster Linie beim Handwerk, sondern beim Grundwissen über wichtige Themenfelder neben dem parteipolitischen Betrieb: Die wenigsten Journalistinnen und Journalisten sind beispielsweise in der Lage, Budgets und Rechnungen staatlicher Einrichtungen zu interpretieren. Zentrale Themenfelder wie Stromversorgung, Sozialwerke, Pensionskassen, usw. liegen weitgehend brach, weil es an fachkundigem Personal fehlt. Dieses Fachwissen zu entwickeln ist sicher zuerst Aufgabe der Medienhäuser. Aber ich erlaube mir den Hinweis, dass die Medienausbildungen sich meiner Meinung nach zu stark auf theoretische Aspekte des Handwerks und politische Spitzfindigkeiten konzentrieren, statt die angehenden Berufsleute für solche Herausforderungen zu rüsten. Ich gebe zu, dass ich jungen Kolleginnen und Kollegen eher dazu rate, sich in einem Studium oder einer Berufsausbildung Sachwissen anzueignen und das Handwerk in einer Redaktion zu erlernen, als eine breit angelegte theoretische Medienausbildung zu absolvieren. Mich befallen auch etwelche Zweifel, wenn sich Medienwissenschafts-Studenten bei uns melden, weil sie im Archiv mit dem Masstab die Länge von Artikeln zu irgend einer Wahl ausmessen müssen oder zu Interviews antreten, in denen sie mit Fachbegriffen um sich werfen, die ich in der Praxis noch nie gehört habe. Und schliesslich frage ich mich ernsthaft, warum die vielen Journalistenpreise, die immer wieder ausgeschrieben werden, so oft an zweifellos talentierte junge Leute gehen, die in Porträts oder ausufernden Reportagen ein randständiges Thema erörtern, während grosse Recherchen und mutige journalistische Leistungen zu zentralen Themen nur in den seltensten Fällen ausgezeichnet werden. Ich würde mich sehr wundern, wenn etwa die Recherchen der Weltwoche zum Fall Ramos je in die Kränze kommen sollten.

Wohlverstanden: Vor einem Publikum aus Verlegern würde ich anders reden. Aber wenn wir in Journalistenkreisen nicht darüber hinaus kommen, uns über angeblich seichte und populistische Konkurrenz sowie über fehlendes Geld zu beklagen, das uns am liebsten andere geben sollten, ist es mit unserer Phantasie nicht weit her.

Unser Konzept für Bern ist deshalb nicht Thesenjournalismus, sondern ein Versuch, wenigstens dort besser zu werden, wo es in unserer eigenen Macht liegt:

- Die Sicherstellung eines guten Basisangebotes für die Leserschaft, respektive eine möglichst nutzerfreundliche Struktur für jene, die wissen wollen was im Kino läuft, wer den Abschluss geschafft und ein Rennen gewonnen hat.
- Eine Anpassung der Themenhierarchie durch die stärkere Gewichtung von Themen, die unser Publikum in der Praxis betreffen.
- Eine Verbesserung des Dialogs mit der Leserschaft unter Nutzung der neuen Technologien.
- Förderung von Journalistinnen und Journalisten mit Erfahrungshintergrund aus anderen Berufen und Aufforderung an die Redaktion, den Schreibtisch möglichst oft zu verlassen.

-

Aber ich gebe es zu: Wir stehen noch am Anfang.