

Verein QUALITÄT IM JOURNALISMUS

JAHRESBERICHT 2001

Verein QUALITÄT IM JOURNALISMUS
c/o MEDIENINSTITUT, Baumackerstrasse 42,
Postfach, 8050 Zürich
Telefon 01 318 64 96

Der Verein QUALITÄT IM JOURNALISMUS ist eine Zweck- und Überzeugungsgemeinschaft von PraktikerInnen aus Journalismus, Verlagswesen, Wissenschaft, Aus- und Weiterbildung, Rechtspflege und – nicht zu vergessen – von Privatleuten, die als EndverbraucherInnen an der Qualität von Medieninhalten interessiert sind. Der im März 1999 gegründete Verein will über die Schranken von Interessen, Mentalität, politischen und professionellen Anschauungen und Niveau hinweg die Qualität von Medien fördern, indem er Behelfe und Werkzeuge bereit stellt und die Qualitätsdiskussion permanent führt.

Im dritten Jahr seines Bestehens hat sich dieser Verein im guten Sinne der Begriffe etabliert und konsolidiert. Er muss seine Daseinsberechtigung nicht mehr bei jeder Gelegenheit beweisen, weil inzwischen klar geworden ist, dass mit der Qualitätsfrage die gesamte Gemeinschaft der Publizierenden gefordert ist. Sie berührt einen Schlüsselfaktor im Wettbewerb. Qualität in der ideologisch offenen Lesart, die diesem Verein eigen ist, bedeutet, dass Werbeversprechen ein- und eine korrekte Produkte-Deklaration durchgehalten werden. «Was drauf steht muss drin sein», hat es ein Votant an der Herzberg-Tagung umschrieben. In diesem Sinne ist Qualität auch die jeweilige optimale Erfüllung des legitimen Kunden-Anspruchs und folglich in jedem Genre möglich.

Im Jahresbericht für 2000 haben wir betont, dass die Tätigkeit dieses Vereins umso wichtiger werde, weil sich die Tendenzen mehren, die im scharfen Wettbewerb stehenden aktiven Medien vermehrt durch staatliche und juristische Zwangsmittel zu disziplinieren. Wie der Schweizerische Presserat auf dem Gebiet der Berufsethik versteht sich der Verein QUALITÄT IM JOURNALISMUS bei der Qualitätsförderung als Instrument der Selbsthilfe und der Selbstkontrolle der Branche, mithin als ein Beitrag an das freiheitliche Mediensystem. Waren es im Vorjahr einige spektakuläre Fehlleistungen und Unverhältnismässigkeiten, welche die Medien zum öffentlichen Thema machten, so war es im abgelaufenen Jahr die dramatisch verschlechterte wirtschaftliche Lage der Medienbranche. Sie leidet erfahrungsgemäss früher an konjunkturellen Einbrüchen und erholt sich später davon als die übrige Wirtschaft. Insofern nahm der Geschäftsverlauf in vielen Medienhäusern die bedrohlichen Entwicklungen des Jahres 2001 vorweg. Werbeeinnahmen und damit Umsätze und Erträge vieler Medienunternehmen brachen massiv ein. Auch stabile und prominente Adressen wurden von diesem Trend nicht verschont. Die grundsätzlich veränderte Stimmungs- und Wirtschaftslage führte sehr schnell zu einer Neubeurteilung laufender Investitionsprojekte, insbesondere im Bereich des privaten Fernsehens. Tele 24 und TV3 stellten kurz nacheinander den Betrieb ein. Die verbliebenen Firmen der Belcom-Gruppe gingen an die Tamedia über. Bei den scharf konkurrierenden Gratis-Pendlerzeitungen kam es mit der Einstellung von «Metropol» (Mitte Februar 2002) zu einer nicht unerwarteten ersten Marktberreinigung. Radikal abgebaut

wurden allenthalben die Online-Dienste und –Redaktionen. Dem stand als viel beachtetes (und seit dem 17. März 2002 operationelles) Projekt die Neugründung der «NZZ am Sonntag» gegenüber. Dass gerade bei diesem Start-up das Argument der journalistischen Qualität den Kern des Marketings (die sogenannten USP, die Unique Selling Proposition) bildete, zeigt den Stellenwert des Ansatzes an, dem sich unser Verein widmet.

Auch andere Fakten weisen die Beobachterin, den Beobachter der schweizerischen Medienszene darauf hin, dass es gelungen ist, Fragen der Qualität als Dauerthema zu platzieren. Im weiteren Sinne gehört dazu etwa die Tatsache, dass der Verband SCHWEIZER PRESSE (Verlegerverband) bei seiner internen Reorganisation auch ein Departement Ethik geschaffen hat, das unter der Leitung des Verlegers Guido Weber («Stadtblatt» Winterthur) seine Arbeit aufgenommen hat.

Als PraktikerInnen im Bereich Aus- und Weiterbildung dürfen wir feststellen, dass Qualität, Qualitätssicherung und –förderung auch im journalistischen Alltag allgegenwärtige Themen geworden sind. Sie werden heute von den Chefredaktionen systematischer und intensiver bearbeitet als noch vor fünf Jahren. Interne Seminare und Lehrgänge sind nicht mehr dem Zufall überlassen; immer mehr Verlagshäuser und Redaktionen geben sich ein entsprechendes kohärentes Programm.

Wenn die Medienbranche wirtschaftlich leidet, werden mit hoher Geschwindigkeit Budgetrevisionen und Sparprogramme durchgezogen. Dabei ist die Gefahr gross, dass es nicht immer die objektiv entbehrlichsten Kostenstellen trifft, vielmehr jene, die am schnellsten zu beeinflussen sind. Verwaltungsräte wollen – wenn möglich im Takt der Monatsresultate – rasch eine Wende zum Besseren sehen. Das ist ja übrigens auch die tiefere Ursache dafür, dass Konjunkturerinbrüche die Medien immer so früh treffen: Werbebudgets gehören zu den beliebtesten Zielen von Sparübungen, weil man sie schnell verändern kann und die negativen Folgen häufig nicht sofort merkt.

Die Erfahrungen der in der Branche tätigen Aus- und Weiterbildungs-Institutionen (sowohl für JournalistInnen wie für Verlagsfachleute) scheinen zu zeigen, dass die Mehrheit der Medienunternehmen nicht den gleichen Fehler macht wie viele ihrer Kunden. So waren schon im März 2002 die Angebote der führenden Journalisten-Ausbildungsstätte der Schweiz, des Medienausbildungszentrums (MAZ), für das laufende Jahr zu 75 Prozent gebucht. Auch aus den Trendmeldungen aus anderen Bildungsinstitutionen (etwa für Verlagsfachleute und Werbetreibende) kann man nicht ableiten, dass die Medienunternehmen auf Kosten der Qualität sparen. Wohl gibt es Einzelfälle, aber ein Trend ist nicht erkennbar. Das ist ein ermutigendes Zeichen und ein weiterer Beleg dafür, dass die Pflege der Qualität bei immer mehr Führungskräften die Priorität erhält, die ihr zukommt.

MITGLIEDER / VORSTAND

In seinem dritten Jahr zählt der Verein 120 Einzel- und 18 Kollektivmitglieder. Der Vorstand hat sich 2001 zu vier Sitzungen getroffen. An der GV vom 25. Juni debattierten Nationalrat Hansjürg Fehr, Dr. Matthias Hagemann und Dr. Günter Heuberger über die Revision des RTVG.

Der Vorstand setzt sich wie folgt zusammen:

Sylvia Egli von Matt (MAZ), Karl Lüönd (Medieninstitut), Co-Präsidenten;
Mitglieder: Philipp Cueni (SSM), Marco Färber (Schweizer Radio DRS),
Matthias Hagemann (Basler Mediengruppe), Enrico Morresi (SRG), Andreas
Netzle (Thurgauer Zeitung), Markus Rohr (Blick), Matthias Schwaibold
(Rechtsanwalt), Michael Walther (freier Journalist), Susanne Witzig (Radio
Zürichsee), Vinzenz Wyss (Universität Zürich) und Mürra Zabel (SVJ). An der
Generalversammlung in Zürich haben wir uns von Michaela Kozelka (SF
DRS) als Vorstandsmitglied verabschieden müssen; wir danken ihr herzlich
für ihre Arbeit. Die Administration des Vereins wurde vom Medieninstitut des
Verbandes Schweizer Presse unentgeltlich besorgt, was ebenfalls einen Dank
wert ist. Georgette Gaillard betreute auch nach ihrem Abschied vom
Medieninstitut dieses Sekretariat umsichtig, zuverlässig und uneigennützig.
Wir danken ihr herzlich für diese wertvolle Arbeit in freundschaftlichem Geiste
und heissen ihre Nachfolgerin Monika Klingler herzlich willkommen; sie hat im

März die Akten übernommen und ist die neue Ansprechpartnerin für alle
administrativen Anliegen der Mitglieder. Die MAZ-Praktikantin Séverine
Studer administrierte die Herzberg-Tagung und die Vergabe des
1. Medienawards sehr engagiert. Auch dafür danken wir bestens.

Finanzielles

Die Finanzlage des Vereins hat sich auf bescheidenem Niveau konsolidiert.
Wir sind jetzt in der Lage, auch grössere Projekte (so den Medien-Award, der
mit beträchtlichen Kosten verbunden war) aus eigener Kraft und ohne
zeitraubende Bettelaktionen zu finanzieren. Das ist für ein Gebilde, das bei
Null und ohne reiche Patenonkel angefangen hat, nicht wenig. Eine schöne
Ermutigung durften wir erfahren, als uns aus einem Vergleich in einem
Rechtsstreit Fr. 8000.– als Spende überwiesen wurden. Diese verwendeten
wir u.a. für die Finanzierung der umfangreichen Award-Dokumentation.
Zugleich machen wir die mit solchen und ähnlichen Fällen befassten Verlage
und Anwälte auf diesen «Pilot-Fall» aufmerksam und empfehlen uns für
weitere sinnvolle Konfliktlösungen dieser Art angelegentlich.

TÄTIGKEIT

Herzberg-Tagung

Schon zum dritten Mal hat der Verein am 30. Oktober 2001 die Herzberg-Tagung im gleichnamigen Tagungszentrum nahe Aarau durchgeführt. Nicht nur das strahlende Herbstwetter war ein positives Erlebnis, auch das Engagement und die kollegiale Atmosphäre unter den mehr als fünfzig Teilnehmenden, vor allem aber Qualität und Gehalt der Beiträge und der Diskussionen haben zu einem Gesamteindruck beigetragen, den nicht nur wir als überaus ermutigend empfunden haben.

«Phantom Publikum» war das Thema, die Beeinflussung der Qualität von Medienerzeugnissen durch tatsächliche und vermeintliche Konsumentenwünsche, die sich in Direktkontakten, Interventionen, Publikumsforschungen, Leserdaten usw. ausdrücken. Prof. Gabriele Siegert (IPMZ) unterfütterte das Thema theoretisch; ausserdem kamen Lösungsansätze und Regelwerke aus dem Fernsehen DRS und den Redaktionen des «Tages-Anzeigers» und des «Beobachters» zur Sprache.

Medien-Award

Zum ersten Mal wurde im Rahmen der Herzberg-Tagung der Medien-Award für besondere Qualitätsleistungen und –initiativen verliehen. Er ging ex-aequo an die Redaktionen des «Zürcher Unterländer» und der «Zürichsee-

Zeitungen» für deren Redaktionshandbücher. Einen ausserordentlichen Ehrenpreis in Form eines edlen Schreibwerkzeugs erhielt Prof. Dr. Roger Blum für dessen zehnjährige verdienstvolle Tätigkeit als Präsident und Reformier des Schweizerischen Presserates.

Die erstmalige Ausschreibung dieses Preises förderte eine die Jury überraschende grosse Zahl von nachahmens- und beachtenswerten Qualitätsinitiativen – auch aus völlig unvermuteten Himmelsrichtungen – zutage. Konzeption und Jurierung des Awards wie auch die Redaktion der dazu herausgegebenen umfangreichen Dokumentation beschäftigten den Vorstand sehr stark, insbesondere sein initiatives Mitglied Michael Walther, der die Idee nicht nur hatte, sondern auch in einem eigentlichen Arbeitsmarathon realisierte. Ihm gebührt ein besonders herzlicher Dank, insbesondere für die sorgfältige Betreuung der gedruckten Dokumentation. Sie ist ein wertvoller Beitrag an die überall im Gang befindliche Qualitätsdiskussion.

Greenhorn Assessment

Die von Markus Rohr geleitete Arbeitsgruppe, die sich der Entwicklung eines praktikablen Verfahrens für die Auswahl von Volontärinnen und Volontären durch Redaktionen widmete, hat ihre Empfehlungen vertieft und formuliert. Zusammen mit dem MAZ soll nun versucht werden, ein solches Testverfahren multiplizierbar zu machen.

Presseförderung

Intensiv hat sich der Vorstand mit den Plänen für die Presseförderung auseinander gesetzt, die ja nicht nur aus der in der Öffentlichkeit stark beachteten Frage der Posttaxen-Verbilligung besteht. Indirekte Presseförderungsmaßnahmen sind mit Bestimmtheit weniger kontrovers, dafür aber mehrheits- und damit realitätsfähig. Dazu gehören ganz wesentliche Qualitäts-Postulate: Förderung der Aus- und Weiterbildung, der publizistikwissenschaftlichen, aber auch der anwendungsorientierten Forschung und Entwicklung, Förderung von Gemeinschaftsprojekten zur Quellenerschliessung (Archiv- und Agentursysteme) usw. Der Vorstand ist willens, sich aktiv in diese Diskussion einzuschalten, Ideen und Beurteilungen zu entwickeln und Argumente bereit zu stellen. Wir erleben dabei von Seiten der Politiker aller Couleurs Offenheit und Gesprächsbereitschaft, für die wir dankbar sind. Zugleich stellen wir aber auch einen hohen Informationsbedarf fest. Wir denken, dass hier gerade ein Verein, der einzig der Sache verpflichtet ist und keine Partikularinteressen vertritt, wirksam auftreten und als «Qualitäts-Lobby» etwas in die positive Richtung bewegen kann.

AUSSTRAHLUNG

Letztes Jahr konnten wir berichten, dass nach dem Muster unseres Vereins eine analoge Gründung in Österreich erfolgt ist. Vergangenes Jahr wurde dies

auch in Deutschland Tatsache. Im Umfeld des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger entstand eine analoge Organisation, worüber wir uns sehr freuen.


AUSBLICK

Unser Verein wird weiterhin die Debatten um Qualität im Journalismus in Gang halten. Er wird indes nicht als Schiedsrichter oder Moralinstanz auftreten. Seine Aufgabe ist es vielmehr, Arbeitsinstrumente bereit zu stellen, die im immer hektischeren Redaktionsalltag helfen, Fallstricke zu umgehen. Wir setzen deshalb unsere Priorität 2002 auf die Entwicklung von Eignungstest für die Auswahl namentlich junger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Geeignete Redaktorinnen und Redaktoren sind Basis für journalistische Qualität. Weil es allein damit aber nicht getan ist, prüfen wir auch die Erarbeitung kurzer Weiterbildungs-Manuals. Und um schliesslich zu dokumentieren, dass das Engagement für Medienqualität eine gemeinsame Sache aller Beteiligten ist, planen wir die nächste Tagung begleitend zum Jubiläum des Presserates. Themen und Arbeit werden diesen beiden Gremien auch 2002 nicht ausgehen.

Luzern/Zürich im April 2001



Sylvia Egli von Matt



Karl Lüönd

Wir danken für spezielle Unterstützung

Basler Mediengruppe – Medienausbildungszentrum MAZ - Online Consulting

AG Wil – Schaffhauser Nachrichten, Schaffhausen – Ruth Schürmann,

Grafikerin, Luzern – Dr. Werner Stauffacher, Rechtsanwalt, Zürich – Tamedia

AG Zürich – Verband SCHWEIZER PRESSE / MEDIENINSTITUT

JAHRESRECHNUNG 2001

Erfolgsrechnung

Aufwand

Nummer	Konto	2001	%	2000	%
4000	Mandate	1'360.00	4.9	1'737.50	40.3
4050	Honorare	0.00	0.0	0.00	0.0
4060	Spesen	492.60	1.8	23.00	0.5
4100	Porti	452.30	1.6	118.80	2.8
4150	Fotokopien	392.75	1.4	0.00	0.0
4200	Büromaterial	442.15	1.6	0.00	0.0
4300	EDV/Internet	682.50	2.5	601.00	14.0
4400	Tagungskosten	15'614.85	56.2	0.00	0.0
4450	Raummiete	718.40	2.6	260.00	6.0
4500	Drucksachen	7'477.10	26.9	1'421.20	33.00
4600	Bankspesen	159.95	0.6	144.80	3.4
Total	Aufwand	27'792.60	100.0	4306.30	100.0

Ertrag

Nummer	Konto	2001	%	2000	%
6000	Mitgliederbeiträge	9'160.00	32.8	11'520.00	99.8
6050	Spenden	9'000.00	32.2	0.00	0.0
6100	Tagungen	9'740.00	34.9	0.00	0.0
6200	Zinsertrag	46.60	0.2	26.60	0.2
Total	Ertrag	27'946.60	100	11'546.60	100

Bilanz

Aktiven

Nummer	Konto	2001	2000
1000	Kasse	0.00	0.00
1010	PC-Konto 87249045-5	16'500.10	11'762.55
1020	UBS LU-248-709865.05U	0.50	4'951.60
1099	Durchlaufkonto MAZ	0.00	142.85
1100	Debitoren	0.00	0.00
1175	Verrechn.Steuer-Guthaben	0.00	9.95

Total	Aktiven	16'500.60	16'866.95
--------------	----------------	------------------	------------------

Passiven

Nummer	Konto	2001	2000
2099	Durchlaufkonto MAZ	3'132.50	3'510.00
2100	Eigenkapital	13'214.10	6'116.65

Total	Passiven	16'346.60	9'626.65
--------------	-----------------	------------------	-----------------

GEWINN		154.00	7'240.30
---------------	--	---------------	-----------------
