

Qualität im Journalismus an der Herzberg-Tagung

12. November 2002 - Michael Ringier

Als ich die Einladung zu dieser Veranstaltung angenommen habe – gerne angenommen habe – war ausschliesslich von einer Diskussion die Rede. Vor kurzem habe ich dann erfahren, dass ich auch eine kleine Rede halten sollte. Gefragt hat mich dazu niemand. Ich bin also von Journalisten unter falschen Umständen zu dieser Tagung eingeladen worden. Man hat mir nicht genau gesagt, um was es geht und welche Rolle ich in diesem journalistischen Szenario spielen werde. Wieso erwähne ich das überhaupt. Natürlich nicht, um mich zu beschweren oder irgendjemanden etwas vorzuwerfen. Möglicherweise ist das Missverständnis sogar bei uns passiert.

Ich erwähne es als kleines Beispiel dafür, weil sich solche Vorfälle im Umgang mit Journalismus jeden Tag ereignen. Das Missverständnis – absichtlich oder nicht – ist wohl die häufigste Art der Kommunikation in unserer Branche. Das führt auch dazu, dass das Ansehen unseres Berufsstandes nie sehr hoch war. Und in letzter Zeit hat es bestimmt nicht gewonnen. Ich kann das an einem drastischeren Beispiel zeigen. Da fragt mich doch ein hochrangiger Vertreter der Schweizer Wirtschaft unlängst, ob ich den Unterschied zwischen einem Staubsauger und der Redaktion einer bestimmten Zeitung kenne. „Na ja“ meinte er grinsend „im Staubsauger sitzt nur ein Drecksack.“

Als Ehemann einer Frau, die von Herrn Schlingensief vor ein paar Tagen als Huhn auf der Bühne geschlachtet und anschliessend ausgesaugt und verspiesen wurde, gibt es eigentlich keine Beschimpfung, die mir etwas anhaben kann. Und trotzdem erwähne ich das Beispiel dieses eher derben Witzes, weil es uns auf eine wichtige Spur führt, über die wir uns anschliessend unterhalten sollten. Wir sollen heute über Qualität diskutieren. Das ist ein sehr abstrakter Begriff, dessen Messbarkeit gerade in unserem Metier fast nicht möglich ist. Ich

kann allenfalls die Qualität des Papiers oder des Drucks relativ wertefrei bestimmen. Beim Inhalt ist es fast nicht möglich. Denn das Urteil über den Inhalt ist immer ganz stark geprägt von Emotionen. Wir, die Verleger und die Journalisten, handeln mit der emotionalsten Ware die es gibt. Mit Meinung, mit Haltung, mit Wertevorstellungen, mit persönlichen Ansichten. Darüber müssen wir heute auch diskutieren, sonst werden wir zu keinem Ergebnis kommen.

Da wir heute wirklich zum Diskutieren hier sind und nicht zum monologisieren, möchte ich nur ganz kurz ein paar Gedanken antippen und wirklich nicht eine Rede halten. Was ist das wichtigste Kriterium eines Journalisten, von was wird seine Arbeit am meisten beeinflusst? Es ist genau dasselbe, wie bei jedem andern Menschen. Es ist sein Charakter, es ist sein soziales Verhalten, das sehr stark von seinem Umfeld in seiner Jugend und seiner Erziehung geprägt wurde. Wenn ich als Firma eine Menschen einstelle, stelle ich ein Individuum ein, das einen Horizont, eine Lebenserfahrung, eine Einstellung mitbringt. Das ist es, was ich einstelle. Und nicht einfach jemanden, der – hoffentlich – besser schreiben oder recherchieren kann als andere. Der Charakter und die Lebenseinstellung sind es, welche nachher die journalistische Arbeit prägen. Und diese Eigenschaften sind es, welche nachher die Qualität der Arbeit wesentlich beeinflussen.

Das wichtigste Instrument des Verlegers in seiner Arbeit ist deshalb ohne Zweifel die Möglichkeit, den Chefredakteur anzustellen. Selbstverständlich tut er das nie gegen den Willen einer Redaktion. Aber – zumindest solange ich Verleger bin – auch nie durch einen basisdemokratischen Entscheid der Redaktion. In Osteuropa habe ich erlebt, wohin solche Entscheidungsmechanismen führen können. Hinter der Idee, den Chefredakteur alleine auswählen zu können, steckt eine einfache Überlegung – und zwar nicht die des Herr im Hause Standpunktes oder der patriarchalischen Willkür. Es geht um

die Machtbalance. Qualität entsteht nur dort, wo verschiedene Kräfte aufeinander einwirken. Und dafür muss der Verleger die Möglichkeit haben, auf die Redaktion einzuwirken. Der wirkungsvollste Eingriff ist die Auswahl des Chefredakteurs.

Und was ist bei einem Chefredakteur das möglicherweise wichtigste Kriterium? Er muss selber Freude haben an starken eigenwilligen Menschen. Nur dann bekomme ich die starke Redaktion, welche wiederum zum Gleichgewicht in einem Verlagshaus beiträgt. Wieso haben wir eigentlich das Gefühl, dass es früher mehr profilierte Köpfe in unserem Metier gibt, als heute. Ich glaube zwar nicht, dass das stimmt. Und trotzdem hat sich etwas wesentliches verändert. Vor vielen Jahren hat Theodor Gut, der Verleger der Zürichseezeitung den Begriff der Presse als „Bannwald der Demokratie“ geprägt. Natürlich war damals die geschriebene Presse sehr stark geprägt von parteipolitischen Interessen. Heute wäre das undenkbar. Aber damals hat die starke, vielleicht auch die einseitige Meinung, eine grosse Rolle gespielt.

Und einen Vorteil hatte diese Struktur. Denn zu einer starken Meinung gehört in der Regel auch eine starke Persönlichkeit. Und diese Leute gab es damals. Die gibt es auch heute noch. Aber im Unterschied zur jetzigen Zeit haben diese Journalisten damals auch Ausbildung betrieben. Wen immer sie unter den profilierten Journalisten von heute fragen, praktisch alle hatten einen journalistischen Übervater als Ausbilder. Und der hat seinen redaktionellen Lehrlingen nicht nur beigebracht, wie man Artikel schreibt. Da ging es um viel mehr. Da wurden Lebensanschauungen vermittelt, da wurde Wissen weitergegeben, da wurde journalistische Disziplin geübt, da wurde über Glaubensfragen gestritten – kurzum da wurden Menschen von andern Menschen in Ihren Ansichten geprägt. Natürlich ist dieses Bild ein wenig idealisiert, natürlich ist die Vergangenheit immer besser gewesen – auch in unserem Metier verklären sich die Erinnerungen.

Und trotzdem war es auch ein Teil der damaligen Realität. Und heute? Aus dem Bannwald der Demokratie ist eine Medienindustrie geworden. Mit Tausenden von neuen Arbeitsplätzen. Mit neuen Technologien. Mit neuen Anforderungen. In einer immer komplizierteren Welt, die sich immer schneller dreht. Und die Ausbildung der Journalisten? Hat diese Medienindustrie auf die neuen Herausforderungen, auf die neuen Wirklichkeiten reagiert? Ich könnte mich jetzt zurücklehnen und sagen: Ringier ja. Wir haben ja die Journalistenschule gegründet. In bald 30 Jahren sind da über 50 Millionen Franken in die Ausbildung von angehenden Journalisten geflossen.

Es war zweifellos eine grosse Leistung des damaligen Ringier Chefs Heinrich Oswald, diese Schule zu gründen und mein Vater hat sie mit vollem Herzen und mit vollem Portemonnaie unterstützt. Und inzwischen gibt es mit dem MAZ eine weitere Institutionen, welche sich der Ausbildung annimmt. Und auch die welschen Kollegen der geschriebenen Presse haben einen sehr beachtenswerten Ausbildungsweg für Journalistinnen und Journalisten geschaffen. Aber reicht das?

Nein, es reicht nicht, um den heutigen Anforderungen genüge zu tun. Ich kann hier nur für mein Haus sprechen. Aber wir sind der festen Überzeugung, dass wir die Ausbildung in unserem Hause intensivieren und systematisieren müssen. Auch das Konzept der Journalistenschule muss sich noch vermehrt an der heutigen Wirklichkeit orientieren. Da kann ein Blick zurück durchaus hilfreich sein. Die Institution der Gewerbeschule hat in diesem Land eine lange Tradition. Und sie hat viel zum guten Ruf des Schweizer Handwerks beigetragen. Und auch ein Journalist ist ein Handwerker. Er ist ein Denkhandwerker. Und die Voraussetzung von Denken ist unter anderem Wissen. Und wer weiss in der Regel am meisten? Das sind die älteren und erfahrenen Kollegen und Kolleginnen. Und die müssen wir

vermehrt in die Ausbildung miteinbeziehen. Und zwar direkt auf der Redaktion, nicht bloss in der Schule. Und das kostet etwas. Es kostet die Zeit des journalistischen Lehrmeisters und damit kostet es Geld des Verlages. Es ist meiner Meinung nach sehr gut investiertes Geld.

Selbstverständlich habe ich die Universitäten nicht vergessen. Eine ganze Reihe von Schweizer Universitäten bieten heute Studiengänge in Publizistik an. Dagegen ist überhaupt nichts einzuwenden, das ist durchaus wichtig. Aber die Mehrzahl dieser Studiengänge neigt doch dazu, die Medien eher von aussen zu beurteilen und nicht wirklich die handwerklichen Kenntnisse zu vermitteln. Und wäre es nicht sinnvoll, diese universitären Kräfte zu bündeln anstatt sie im helvetischen Föderalismus leicht abgehoben von der medialen Wirklichkeit vor sich hin werkeln zu lassen. Sollte diese Sicht der Universitären Wirklichkeit allzu subjektiv von der realen Erfahrung mit Studenten verschiedener Fakultäten in unserem Hause geprägt sein, lasse ich mich anschliessend in der Diskussion von den Herren Professoren gerne korrigieren.

Als Verleger von Boulevardzeitung betrachte ich die Akademisierung des Journalistenberufes mit einem gewissen Misstrauen. Denn jeder Journalist ist natürlich geprägt von seiner Lebenserfahrung. Aber gerade die Redaktion des Blick muss auch die Gesellschaft abbilden und nicht bloss deren Institutionen. Deswegen versuchen wir dort Menschen zu versammeln, die aus den unterschiedlichsten Lebenserfahrungen her kommen. Es ist schön, dass der zukünftige Chefredakteur studierte Theologe ist. Aber wir brauchen auch Nichtakademiker, einen Ex-Handwerker mit Schreibtalent, einen ehemaligen Lehrer mit Lust auf Neues, einen ehemaligen Arbeiter mit grosser Lesefreude, der auch formulieren kann. Bei Ringier brauchen wir die Wirklichkeit des Lebens und nicht bloss diejenige der Universität.

Lassen Sie mich zum Schluss noch eine mir wichtige Anmerkung machen. Ich habe vorhin zum Beruf des Journalisten den Ausdruck Sprachhandwerker gebraucht. Meine Damen und Herren, was da so alles geschrieben wird entspricht oft nicht dem hohen Standard des schweizerischen Handwerks, auf das wir doch so stolz sind. Mit Sätzen wie „Die Zukunft ist morgen“ oder „die Mehrzahl der Importe kommt aus dem Ausland“ können sie zwar amerikanischer Präsident werden, aber bitte, bitte nicht Journalist bei einem Schweizer Verlag.

Wieso ist Sprache so wichtig. Sprache ist Denken. Wenn wir denken, denken wir in Sprache, nicht in Bildern. Erst die Sprache produziert die Bilder in unserem Kopf. Selbst die berühmtesten Regisseure von Fellini bis Spielberg machen zuerst ein Drehbuch und dann den Film. Sprache bedeutet aber nicht bloss Denken, Sprache brauchen wir, um das Denken zu Vermitteln. Und das ist doch eine der zentralen Aufgaben eines Journalisten. Wer nicht gut schreiben kann, kann in der Regel auch nicht klar denken. Denn erst durch das Schreiben kann ich das Denken ordnen. Und nur mit Schreiben kann ich das Denken weitergeben. Selbst das schöne neue Internet ist ohne Sprache nicht denkbar, auch wenn der deutschen Sprache gerade in diesem Medium besonders oft üble Gewalt angetan wird. Ein Verlag muss in die Sprache investieren, sonst macht er sich nicht verständlich. Und wir möchten doch alle gelesen werden. Und wir möchten auch verstanden werden. Der gute alte Textchef hat noch lange nicht ausgedient. Egal, wie viele Computer auf der Redaktion stehen. Spracherziehung hört nie auf.

Erlauben Sie mir zum Abschluss als Blick Verleger noch eine kleine Anekdote. Es war einmal ein Journalist bei einer Boulevardzeitung, der schrieb unter anderem Sätze wie diesen: „Die dümmsten Bauern haben die dicksten Kartoffeln.“ Aufgrund seiner Leistung wurde er von einer Regionalzeitung

abgeworben und dann fing er an, Sätze wie diesen zu schreiben: „Die stupidesten Agronomen haben die produktivsten Erdäpfel.“ Das lenkte die Aufmerksamkeit des Chefredakteurs eines überregionalen Intelligenzblattes auf ihn, der ihn einstellte, was zur Folge hatte, dass er dann solche Sätze schrieb: „ Die Peripherie des Geistes eines Agronomen steht im reziproken Verhältnis zum Ertrag seiner landwirtschaftlich genutzten Areale“. Nun meine Damen und Herren, es gibt Journalisten, die formulieren ihre Gedanken so merkwürdig, dass man sie als solche gar nicht erkennen kann. Ich hoffe sehr, dass ich heut nicht dazu gehöre.