

# Abbruch. Umbruch. Aufbruch?

Mecklenburg-Vorpommerns  
Tageszeitungen im Wandel.



Dokumentation Presse-Tag, 9. Mai 2009, Schwerin

**Unser Land braucht seine Zeitungen**

►► [www.qualität-und-vielfalt-sichern.de](http://www.qualität-und-vielfalt-sichern.de)

Qualität und Vielfalt sichern.



Ute Schildt (SPD-Landtagsfraktion)  
**Das Medium der Demokratie**  
 Für die Gesellschaft ist eine funktionierende Presse unverzichtbar  
**Seite 3**



Dr. Wolfgang Storz (Universität Kassel)  
**Journalismus unterm Messer**  
 Die Heuschrecken sind mitten unter uns.  
**Seite 6**



Dr. Elke Grittmann (Universität Hamburg)  
**Vereinheitlichung statt Vielfalt?**  
 Eine Studie zum Einfluss von interner Medienkonzentration auf die Berichterstattung  
**Seite 13**



Helmut Holter (Die LINKE)  
**Regionale Vielfalt braucht regionale Zeitungen**  
 DIE LINKE will eine breite Berichterstattung stärken  
**Seite 4**



Kai Voigtländer (DJV Mecklenburg-Vorpommern)  
**Verkauft. Vereinzelt. Verraten.**  
 Die Arbeitsbedingungen kommen immer stärker unter Druck.  
**Seite 9**



Dr. Karina Becker (Universität Jena)  
**Wenn Existenzangst lähmt**  
 Ohne Mitbestimmung schwindet Kreativität  
**Seite 17**



Ingo Schlüter (DGB Nord)  
**Zeit für eine bunte Revolution**  
 Gewerkschaften müssen sich der Konzentris entgegenstellen  
**Seite 5**



Ernst Heilmann (ver.di-Landesbüro MV)  
**Das Bewusstsein der Öffentlichkeit ist geschärft**  
 Zwischenbilanz und Ausblick zur Initiative „Unser Land braucht seine Zeitungen.“  
**Seite 11**



Martin Dieckmann (ver.di)  
**Mit dem Wettbewerb stirbt auch die Publizistik**  
 Wo hilft und wo fehlt Regulierung?  
**Seite 21**

**Herausgeber**

Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft • Landesbüro Mecklenburg-Vorpommern  
 V.i.S.d.P.: Ernst Heilmann • Dr.-Külz-Str. 18 • 19053 Schwerin  
 Tel.: 03 85 - 6 38 32 04 • Fax: 03 85 - 6 38 32 01

Deutscher Journalistinnen- und Journalisten-Verband Mecklenburg-Vorpommern  
 V.i.S.d.P.: Sibylle Ekart • Schusterstraße 3 • 19053 Schwerin  
 Tel.: 03 85 - 56 56 32 • Fax: 03 85 - 5 50 83 89

Fotos: Rainer Cordes  
 Druck: Stadtdruckerei Weidner GmbH, Rostock  
 Internet: [www.qualität-und-vielfalt-sichern.de](http://www.qualität-und-vielfalt-sichern.de)

# Unser Land braucht seine Zeitungen. Qualität und Vielfalt sichern.

Die Träger und Unterstützer der Initiative „Unser Land braucht seine Zeitungen. Qualität und Vielfalt sichern“ fordern:

- ▶ Mecklenburg-Vorpommern als Medien-Standort sichern.
- ▶ Arbeitsbedingungen durch Tarife gestalten.
- ▶ Transparenz über Besitz- und Beteiligungsverhältnisse in den Verlagen herstellen.
- ▶ Demokratische Mitbestimmungsrechte der Journalisten stärken.

Sie rufen die Landespolitik auf, durch geeignete Maßnahmen, etwa die Novellierung des Landespressegesetzes, Qualität und Vielfalt in den Medien des Landes zu sichern und zu fördern.

Sie rufen die Bürger in Mecklenburg-Vorpommern auf, diese Forderungen durch ihre Unterschrift zu unterstützen.

Es geht um ihre Heimatzeitungen!

Ute Schildt

# Das Medium der Demokratie

## Für die Gesellschaft ist eine funktionierende Presse unverzichtbar

Weil meine Fraktion, die SPD-Fraktion im Landtag, die Initiative „Unser Land braucht seine Zeitungen. Qualität und Vielfalt sichern.“ eindeutig unterstützt, bin ich heute hier.

Wenn es so etwas wie das Medium der Demokratie gibt, dann ist es zweifellos die Zeitung. Die Zeitung bietet ihren Lesern einen Überblick des täglichen Geschehens. Berichte über örtliche, regionale und nationale sowie internationale Angelegenheiten werden mit entsprechenden Hintergründen und Kommentaren zu einer überschaubaren Einheit verknüpft. Das, meine Damen und Herren, leisten Journalisten in ihrem täglichen Einsatz. Ich habe sehr große Hochachtung davor, weil ich weiß, was es heißt, präsent zu sein, immer verfügbar zu sein, immer ein Urteil zu bilden und das auch verkaufen zu können. Deshalb herzlichen Dank an ihre Tätigkeit. Wir als Politiker brauchen Sie als Partner, als Treiber, als Kritiker. Und das in einer großen Vielfalt mit einer großen Freiheit für Ihre Arbeit.

Die Bedeutung der Regionalzeitungen ist eben gerade ihre Verankerung vor Ort. Jede Region hat ihre Eigenarten, ihre besonderen Merkmale. Die Berichterstattung über Ereignisse vor Ort aus der Region trägt nicht zuletzt auch zur Identifizierung der Leser mit der Region bei. Gerade Regionalzeitungen vermitteln ihren Lesern Orientierung und übernehmen damit eine Funktion, die in Zeiten einer immer komplexer werdenden Welt zunehmend an Bedeutung gewinnt. Die darin zum Ausdruck kommende publizistische Vielfalt ist Wesen der

Pressefreiheit. Erst diese Vielfalt von Nachrichten, die Verschiedenheit von Auffassungen und Darstellung kann Grundlage dafür sein, dass sich die Leser selbst eine Meinung bilden können.

Die Presse hält die ständige Diskussion in Gang. Sie beschafft die Informationen, nimmt selbst dazu Stellung und wirkt damit orientierend in der öffentlichen Auseinandersetzung. Zeitungen sind ein Stück praktizierter Demokratie. Deshalb genießen sie die Pressefreiheit.

Aber diese Pressefreiheit ist bedroht, wenn Zeitungen nur noch als Wirtschaftsbetriebe auftreten und agieren. Deshalb sitzen wir ja heute hier.

Meine Damen und Herren, die heutige Situation der Zeitung ist nicht einfach. Der deutsche Zeitungsmarkt leidet unter Verwerfung, tendenziell sinkender Auflagen und Werbeeinnahmen einerseits. Wachsende Konkurrenz durch elektronische Medien, zunehmenden Konkurrenzdruck und spürbare Veränderung der Medienvielfalt der Bevölkerung insbesondere junger Menschen andererseits hinterlassen ihre Spuren. Zeitungen, Zeitschriften, aber auch das gedruckte Buch werden zunehmend durch die konkurrierenden elektronischen Medienangebote insbesondere im Online-Bereich bedrängt.

Doch ist dies nicht der Auftakt für einen Abgang auf die Zeitung. Die Print-Medien werden sich gegen diese Konkurrenz behaupten können, wenn sie auf Glaubwürdigkeit und Qualität setzen. Allerdings besteht die nicht unbegründete Sorge, dass die Eigenständigkeit unserer Zeitungen weiter lei-

den könnte. Ob Schweriner Volkszeitung, Nordkurier oder Ostsee-Zeitung – überall wird gespart. Wir haben es gehört, mit welchen Methoden gespart wird – mitunter über die Maßen. Immer weniger Mitarbeiter sollen die gleichen Zeitungen produzieren. Die Arbeitsbedingungen in den Redaktionen werden verschärft, um die Rendite zu steigern. Kooperationen mit anderen Blättern könnten sich als schleichende Fusionen erweisen und die Eigenständigkeit hiesiger Zeitungen gefährden. Sie alle wissen um die Kündigungen der Tarife – wir haben zum Teil keine Tarifbindung mehr –, um die nicht vorhandenen Betriebsräte dort, dass wir dort handeln müssen, dass wir auch eine Kraft wieder darstellen.

Meine Damen und Herren, natürlich sind Zeitungen auch Wirtschaftsbetriebe, die selbstverständlich auch Erträge erwirtschaften sollen. Aber sie sind eben mehr als nur das. Und das vergessen die Verantwortlichen in den Verlagen mitunter, wenn sie die Umsatzrenditen kurzfristig heraufschrauben wollen. Und das mit solchen Maßnahmen, von denen wir gehört haben.

Die Auslagerung der Lokalredaktionen, der Personalabbau in den Zeitungsverlagen, der Weg raus aus der Tarifbindung – dies alles orientiert sich an der Interessenlage der Gesellschafter, nicht aber an den Leserbedürfnissen, und den Erwartungen der Öffentlichkeit nach umfangreicher Information.

Die Qualität unserer Zeitung hängt aber nicht zuletzt von motivierenden Arbeitsbedingungen für diejenigen ab, die die Zeitung erstellen. Ausgedün-

te Redaktionen, unausgereifte Redaktionssysteme und überhastet eingeführte Umstrukturierungen bergen die Gefahr von Qualitätsverlusten in sich.

Nur durch publizistische Vielfalt kann die Qualität der Berichterstattung gesichert werden. Das beinhaltet eigenständige Redaktionen. Das bedeutet auch Arbeitsbedingungen, die es den Redakteuren gestatten, Sachverhalte fundiert zu recherchieren.

Wenn Konzentrationsmaßnahmen und Rationalisierung über die Maßen durchgeführt werden, dann ist dies der publizistischen Vielfalt abträglich und damit schädlich für die Pressefreiheit. Aus kurzfristigen Erwägungen heraus durchgeführte Einsparungen an falscher Stelle, die auf lange Sicht einen Qualitätsverlust mit sich bringen, nutzen am Ende niemandem. Bei aller Notwendigkeit, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und Geschäftsfelder zu erschließen, darf eins nicht vergessen werden: das Medium Zeitung rechtfertigt sich allein durch seine Inhalte, seine Qualität und seinen intellektuellen Mehrwert für die Leser.

Wo die Qualität abnimmt, stellt sich eine Zeitung auf Dauer selbst in Frage. Für unsere demokratische Gesellschaft ist eine funktionierende Presse unverzichtbar. Ich kann Ihnen aus den ersten Erfahrungen des gemeinsamen Mantels sagen, für uns als Landespolitiker: Wir brauchen diese Vielfalt. Das, was wir auf den Weg bringen, müssen wir auch reflektiert sehen. Und je mehr kluge Menschen diese Reflexion darstellen, umso besser können wir handeln. Das vermissen wir schon mit den ersten gemeinsamen Mantelauftritten.

Helmut Holter

# Regionale Vielfalt braucht regionale Zeitungen

## DIE LINKE will eine breite Berichterstattung stärken

Aus Sorge um die Entwicklung der Regionalpresse in Mecklenburg-Vorpommern haben der Deutsche Journalisten-Verband, der DGB und ver.di Ende 2007 die Initiative „Unser Land braucht seine Zeitungen. Qualität und Vielfalt sichern“ auf den Weg gebracht. Die Entwicklungen in der jüngsten Vergangenheit bei den drei Tageszeitungen unseres Landes haben gezeigt, dass die Sorgen der Initiatoren berechtigt waren:

Die Sorge, dass ein Verlust der Pressevielfalt eintritt. Die Sorge, dass die Qualität der Berichterstattung leidet. Die Sorge vor einem Abbau regionaler Identität.

Ostsee-Zeitung und Lübecker Nachrichten produzieren seit Mitte 2008 einen gemeinsamen Mantel in Lübeck. Und seit April dieses Jahres gibt es eine gemeinsame Mantelredaktion des Nordkuriers mit der Schweriner Volkszeitung. Ihren Sitz hat diese in Schwerin.

Eine andere Schrift und ein anderes Layout sowie

unterschiedliche bunte Bilder können nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Bearbeitung der überregionalen Themen aus einer Feder stammt, die Leser ein und denselben Inhalt vor sich haben. Nordkurier und Schweriner Volkszeitung sind – zumindest, was die ersten acht Seiten betrifft – ein und dieselbe Regional-Zeitung.

Noch gibt es Lokalredaktionen. Ich sage noch. Denn die Gefahr, dass auch sie dem Zeitungssterben zum Opfer fallen, ist groß.

Die wirtschaftliche Lage, Sparzwänge und erhoffte Synergieeffekte führen die Verlage an, wenn es um Tariffucht und Ausgliederung der Lokalredaktionen geht. Wenn es darum geht, auf Kosten der Redakteurinnen und Redakteure, der Journalistinnen und Journalisten massiv zu sparen. Eine ungeheure Arbeitsbelastung und Selbstausbeutung werden billigend in Kauf genommen.

Vor diesem Hintergrund braucht sich doch niemand zu wundern, wenn die Qualität der Berich-

terstattung zunehmend den Bach runtergeht. Und geht die Qualität verloren, dann fragen sich die Leserin und der Leser erst recht, warum er überhaupt noch zu einer oder seiner Tageszeitung greifen soll. Ein Teufelskreis also, wenn verkannt wird, dass Qualität auch zur Existenzsicherung einer Zeitung beiträgt.

Meine Partei und Fraktion teilen die Sorgen der Gewerkschaften und des Deutschen Journalistenverbandes und haben von Anfang an die Initiative zum Erhalt der Qualität und Vielfalt unserer Zeitungen unterstützt.

Die Fraktion der Linken ist auch parlamentarisch aktiv geworden. Wir haben das Thema auf die Tagesordnung der Landtagssitzung gesetzt und in einer Aktuellen Stunde ausführlich darüber debattiert.

Eine öffentliche Anhörung im Innenausschuss des Landtags im Sommer letzten Jahres hat deutlich gemacht, dass aus Sicht der Redakteure, Journalisten

und anderer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht nur die Qualität und die Vielfalt der journalistischen Arbeit bedroht sind, sondern auch die journalistische Freiheit.

Es stimmt schon, dass sich Verlage auch unter schwierigen Bedingungen wirtschaftlich rechnen müssen. Dennoch dürfen die Sorgen, die auch in der Anhörung zum Ausdruck gebracht wurden, nicht ignoriert werden.

Wir unterstützen deshalb auch die Forderung von Gewerkschaften und anderer Arbeitnehmervertretungen, dass das Pressegesetz novelliert werden muss. Und dies hat nichts mit staatlicher Bevormundung zu tun. Es geht vielmehr um eine Stärkung der journalistischen Freiheit.

Erforderlich sind mehr Transparenz der Eigentumsverhältnisse in den Verlagen sowie in Redaktionsstatuten festgelegte klare Verfahren, die die Zusammenarbeit zwischen der Verlagsleitung und den Redakteuren regeln.

Ingo Schlüter

# Zeit für eine bunte Revolution

## Gewerkschaften müssen sich der Konzentritis entgegenstellen

Unser Titel „Abbruch. Umbruch. Aufbruch?“ illustriert ein Problem, mit dem nicht nur die Zeitungen in Mecklenburg-Vorpommern zu tun haben. Aber uns geht es um unsere Zeitungen hier, weil wir hier leben und arbeiten – für und/oder mit den Zeitungen hier!

Redaktionen werden im Zuge von Zeitungsübernahmen zusammengeschmissen – anders kann man es wohl nicht bezeichnen – und damit geht auch Vielfalt verloren.

Was sich hier bei uns in Mecklenburg-Vorpommern abspielt, kann man überall in Deutschland und Europa erleben, wir sind damit leider kein Einzelfall. Die Süddeutsche Zeitung – als hätte sie von unserem Pressetag gewusst – ihr aktuelles Wochenmagazin unter die Titelfrage gestellt „Wozu Zeitung?“ Die Frage „Wozu Zeitung?“ ist nicht nur mit Blick auf das Internet berechtigt.

Schon 2004 sagte ja Philipp Meyer in seinem Buch „The vanishing newspaper“ voraus, im Jahr 2043 werde die letzte Zeitung gedruckt. Und Georg Dietz, Autor des SZ-Magazins, stellt in seinem Beitrag ohne Umschweife fest: „Das Problem ist:

Das Print-Geschäftsmodell bricht zusammen, aber es ist immer noch nicht klar, wie man mit Nachrichten im Internet Geld verdienen kann. In der Zwischenzeit leidet der Journalismus, gerade in wirtschaftlich und politisch aufwühlenden Jahren. Was also ist die Lösung? Zeitungsmuseen, so wie heute schon Museen aus den Stahlruinen entstehen? Oder doch philanthropische Zeitungsstiftungen, wie das in den USA diskutiert wird? Das wäre dann die Abkopplung vom heiligen Prinzip der Auflage.“

Kann man dem zustimmen, ist das Ende der Zeitung in Sicht? Viele haben schon geirrt, und Totgesagte leben bekanntlich länger.

Wir werden sicher nicht mehr die Zeitungen haben, wie wir sie heute kennen. Aber wir haben mit Sicherheit auch in Zukunft Medien, mit deren Hilfe wir Informationen austauschen, diskutieren und debattieren. Und wir brauchen auch in Zukunft Menschen, die diese Nachrichten sammeln, nach professionellen Kriterien aufbereiten und verteilen.

Ich denke, eine Frage ist für uns, welche Mediengesellschaft wir als Gewerkschaften wollen und wie wir diese Entwicklung beeinflussen können.

Und die andere tagesaktuelle Frage ist: Was können wir als Gewerkschaften hier der Konzentritis entgegenstellen?

Meinungsvielfalt bleibt ein zentrales Grundelement, auch in einer neuen Mediengesellschaft.

Und darüber hinaus und das ist ein Kerngedanke unserer Landesinitiative „WIR. Erfolg braucht Vielfalt“: In einer offenen, demokratischen Gesellschaft ist Meinungsvielfalt ein wesentliches, konstituierendes Element. Auch deshalb ist es so wichtig, dass wir mit unserem Pressetag und unserer Initiative für Medienvielfalt, für journalistische Qualität und die Arbeitsbedingungen im Bereich Print kämpfen.

Ich kann feststellen, dass dieses Thema in der Landespolitik angekommen ist, wie man unter anderem an den zwei Anhörungen im Innenausschuss des Landtages zu diesem Thema erkennen kann. Dabei gab es einen ganz denkwürdigen Dialog zwischen Herrn Ehlers, Geschäftsführer der Ostsee-Zeitung, und mir. Ich hatte auf den Punkt verwiesen, dass es schon bemerkenswert ist, wenn auf der Seite 3, die ja nun ein Flaggschiff jeder Zeitung ist, ein

brennendes Thema wie die Mumien von Gottorf in Schleswig-Holstein stattfinden, wenn gleichzeitig Nachrichten wie die Einigung über den Strukturfonds für Bildungs- Arbeitsmarkt- und Wirtschaftsförderung mit 2,6 Milliarden Euro kaum eine Meldung wert sind. Dem hat er entgegen gehalten, man müsste so etwas halt sexier aufbereiten. Wenn aber nicht einmal 2,6 Milliarden Euro sexy sind, dann frage ich mich, was überhaupt sexy ist.

Das war eine der Debatten, die einfach Spaß machen. Ein anderes Beispiel war die Aktion „Unsere Zeitungen hängen am seidenen Faden“ zur Bundestagung der Regionalzeitungen am 21. Januar 2009 in Schwerin. Der Ministerpräsident hat vor laufenden Kameras unseren Aufruf unterschrieben. Dass die Kollegen vom Personenschutz der Kanzlerin etwas aufgeregt waren wegen der Übergabe eines Briefes hat sich inzwischen auch gelegt. Das Verfahren gegen mich ist eingestellt. Eine Antwort von Frau Dr. Merkel steht freilich noch aus.

Also, wie wär' es mit einer bunten, friedlichen Revolution in der Zeitungslandschaft Mecklenburg-Vorpommerns?!

Dr. Wolfgang Storz

# Journalismus unterm Messer

## Die Heuschrecken sind mitten unter uns.

In den USA sind die Tageszeitungen im freien Fall – unter dem programmatischen Titel [www.newspaperdeath-watch.com](http://www.newspaperdeath-watch.com) kann die ständig aktualisierte Totentafel eingesehen werden. In Deutschland fallen sie etwas sanfter.

Die Auflagensteigerungen der Wenigen sind nicht Grund für Hoffnungen, denn in ihnen spiegeln sich meist nur Prozesse der Konzentration oder die Verluste der anderen wieder.

Die deutschen Verleger reagieren: Sie versuchen, ihre Umsätze mit so genannten Zusatzgeschäften zu steigern.

Und vor allem sparen sie. Um auch noch die geringsten Synergieeffekte zu heben, lassen sie Redaktionen und Verlagsmitarbeiter bis in die letzten Winkel kriechen. Sie arbeiten mit Beratungsfirmen wie der Hamburger Schickler-Gruppe zusammen, welche mit Hingabe zum Cent und dem Fließband im Kopf Redaktionsarbeit in industrielle Fertigungsprozesse umwandelt:

Die Hohepriester der Effizienz, gewandet in schwarze Anzüge, das Berufsleben in Laptop und Rollkoffer verfrachtet, Anreise Montagfrüh aus Hamburg, Dienstbeginn: früher als die zur Beratung Auserkorenen, Dienstende: später als der jeweils letzte der zur Beratung Auserkorenen. Die Benchmark-Zahlen hängen an der Wand – das ist eindeutig: 30 Cent pro Zeile, das ist wirklich zu viel, bei unserer Vergleichszeitung 1 werden nur 20 Cent bezahlt, und es geht auch, eigene Photographen, ich bitte Sie, das ist ja wirklich vorbildlich, gute Photos, aber glauben Sie wirklich ...

Die Botschaft: Effizienz, Synergie. Es sind Hohepriester, die gut sind: Sie verkaufen den Newsdesk, die Kathedrale der Zentralisierung und Verbetriebs-

wirtschaftlichung des Journalismus, immer noch mit Erfolg als Durchbruch für den intelligenten resortübergreifenden fortschrittlichen Journalismus im Dienste des Lesers.

Der Charakter und das Denken der Verleger spiegelt sich im Handeln der von ihnen beschäftigten Berater wieder.

Die deutschen Verleger – u.a. an Schickler können Sie sie erkennen!

Die Beispiele sind zahlreich und in diesem Kreise hier wohlbekannt. Die deutschen Verleger machten es schon früher und meist radikaler, als der wegen seiner hohen Rendite-Ziele so böse gescholtene und auf dem deutschen Markt und anderswo spektakulär gescheiterte britische Investor David Montgomery und sein Statthalter es bei der Berliner Zeitung je gewagt haben.

Deutsche Verleger lassen einfach effizienter arbeiten als britische Heuschrecken.

Die Verlage der Stuttgarter Zeitung, der Südwestpresse, des Kölner Stadtanzeiger, der Hannoverischen Allgemeinen Zeitung, des Hamburger Abendblattes, die über viele Jahre hinweg viel Geld verdient haben, haben sie ihre – hier beispielhaft genannten - Zeitungen in den vergangenen Jahrzehnten zu publizistischen Schmuckstücken für gesellschaftspolitische Berichterstattung gemacht?

Die Verleger sind heute dabei, den Journalismus zu deformieren und ihnen wird dabei geholfen.

Symbole markieren diesen Weg.

Das erste Symbol: Die WAZ-Mediengruppe hat, um zu sparen, die Dienste der Nachrichtenagentur dpa gekündigt. Das hebt die bisher bekannte Sparpolitik auf ein neues Niveau. Der Grund: Die reiche WAZ-Mediengruppe zieht sich bewusst aus die-

sem Solidar-Modell zurück, das bisher kleineren Verlagen und Zeitungen ermöglicht, eine wenigstens halbwegs leidliche nationale und internationale Berichterstattung zu bieten. Die WAZ-Geschäftsführung macht daraus auch gar keinen Hehl: Es ist genau dieses Solidar-Prinzip, das ihr nicht passt, das sie zerschlagen will. Das ist aus Sicht der WAZ-Geschäftsführung betriebswirtschaftlich ebenso rational wie in sich schlüssig: Der Konzern spart einerseits Geld und schwächt andererseits zugleich die kleinen Verlage, steigert somit seine Chance, diese anschließend billiger aufzukaufen zu können.

Das zweite Symbol: Große Verlage wie beispielsweise der Hamburger Verlag Bauer kündigen den Vertriebs-Grossisten oder setzen sie finanziell sehr stark unter Druck. Damit gefährden sie bewusst das heutige Vertriebssystem, das bisher dafür sorgt, dass jeder Bürger auch Zeitungen und Magazine mit geringen Auflagen und geringer Finanzkraft bundesweit am Kiosk kaufen kann.

Die Analyse von Michael Haller, Professor für Journalistik in Leipzig: Es werde der Grundkonsens in Frage gestellt. Und: „Die Pressevielfalt wird schrumpfen, auf Kosten der innovativen und geistreichen Publizistik, die stets im Kleinen beginnt.“

Kommen wir zum dritten Symbol: Die verantwortlichen Journalisten des WAZ-Konzerns reklamieren für sich stolz das Urheberrecht an der Idee, der Nachrichtenagentur dpa zu kündigen.

Das vierte Symbol: Der wichtigste Chefredakteur der WAZ-Mediengruppe ist vor einiger Zeit zugleich Mitglied der Geschäftsleitung geworden, welche der Geschäftsführung direkt zuarbeitet.

Und das fünfte Symbol, ebenfalls aus dem offensichtlich recht innovationsträchtigen Hause WAZ:

Der neue Chefredakteur der Westfälischen Rundschau – er muss die eben skizzierte Politik qua Amt mittragen – war bis vor kurzem Bundesvorsitzender der Journalisten-Gewerkschaft dju. Noch Anfang Februar bekräftigte er in einem Interview: Er werde Vorsitzender bleiben, ver.di stütze seine Haltung. Wer dies kritisiere, der wolle Gewerkschaften wohl „zu einer Organisation von vermeintlich zu kurz Gekommenen“ machen. Er könne keine Interessenkollisionen zwischen seiner Tätigkeit als Chefredakteur und seinem Amt als Gewerkschaftsvorsitzender sehen.

Vielleicht wird ja bald auch ein Mitglied der Geschäftsführung des Daimler-Konzerns Vorsitzender der IG Metall.

Diese Beispiele sind Symbole, weil sie nicht nur zeigen, wie rigoros die gesellschaftlich so angesehenen deutschen Verleger sparen, sondern weil sie auch zeigen, wie bundesweit bedeutsame Journalisten bei dem Versuch, der Krise der Zeitungen mit den Regeln der Betriebswirtschaft zu begegnen, förmlich aus der Rolle fallen, so dass nicht mehr klar ist, wer welche Verantwortung hat und wer welche Interessen vertritt. „Zu viele Chefredakteure tun so, als ob sie Verlagsmanager wären.“ Diese Worte stammen von Bernd Ziesemer, Chefredakteur des „Handelsblatts“. Wenn schon er, mein Lieblings-Marktradikaler unter den deutschen Journalisten, dies sagt, dann ist die Lage womöglich wirklich ernst.

Und weil Journalisten über Rollen purzeln, sie nicht wahrnehmen, gilt anderes bereits als selbstverständlich: beispielsweise dass der Vorstandsvorsitzende des Springer-Konzerns in seiner Welt Leitartikel über die Bedeutung des Profits schreibt. Ein

Mathias Döpfner, der unter anderem in einem großen Interview mit der Wochenzeitung Die Zeit Anfang 2008 weiteren Einblick in seine Gedankenwelt gewährte. Döpfner: „Das Steuersystem ist zu schwierig. Und die Steuern sind zu hoch. Vor einigen Jahrhunderten brachen Revolutionen aus, weil man den Leuten den Zehnten nahm. Heute nimmt der Staat die Hälfte.“ Der Herr Vorstandsvorsitzende vergisst: Damals plünderte ein im Zweifel adlig-diktatorischer Staat die Menschen ohne Hemmungen aus, heute unterhält er – übrigens inzwischen zu einer demokratischen Einrichtung geworden – eine im weltweiten Vergleich herausragende öffentliche Infrastruktur für Bürger und Unternehmen.

Auch andere mächtige Verleger geben ihren Mitarbeitern gerne geistige Orientierung: Alfred Neven-DuMont verkündete vor wenigen Monaten so nebenbei, seine Frankfurter Rundschau müsse in die Mitte rücken – wohin? –, wolle sie betriebswirtschaftlich Erfolg haben. Die Zeiten sind so, dass alte Patriarchen wie er wieder zu demokratischen Vorzeige-Verlegern werden, dass alle auf seine unzweifelhaft vorhandenen Verdienste verweisen, aber keiner mehr unter anderem nachfragt, was es zu sagen hat, dass ausgerechnet der Stadt Köln, in der er seit Jahrzehnten das publizistische Sagen hat, nachgesagt werden kann, dass sie die klügelstreichendste der ganzen Republik ist; mitgemacht, das Thema nicht ernst genug genommen oder versagt, kann man da doch nur noch fragen – aus der Perspektive unbestechlicher journalistischer Aufklärung. Und zu guter Letzt: Es spielt eine Partei-Holding über ihre zahllosen Beteiligungen eine unappetitlich starke Rolle im deutschen Verlegerwesen.

Dass diese Verleger auch für viele Journalisten als angesehene Anker in dieser anspruchsvollen demokratischen Medienwelt gelten, zeigt, dass wir es nicht nur mit einer wirtschaftlichen Krise, sondern auch mit einer krisenhaften geistigen Verwirrung zu tun haben.

So wundert es nicht, dass die Kraft für Selbstkritik nicht mehr gegeben ist.

Die erdrückende Mehrheit der Medien hat über viele Jahre im Prinzip und meist auch im Detail die Linie der marktradikalen Politik mitgetragen, die jetzt im Desaster endete. Schon um der eigenen Glaubwürdigkeit willen wäre es eine Unterhaltung über die Frage wert, was das über den deutschen Journalismus zu sagen hat.

Was die Situation noch schwieriger macht: Diejenigen Journalisten, die zuvor die Marktradikalen und deren Politik für gut befunden haben – Staat schlecht, Markt gut, Rendite von 25 Prozent normal –, schreiben heute, ohne darüber viele Worte zu verlieren, das Gegenteil. Und was schreiben sie in weiteren zwei Jahren: das Gegenteil vom Gegenteil?

Wenn Selbstkritik, dann heißt es meist: Die Redaktionen seien zu schlecht ausgestattet, zu schlecht ausgebildet, hätten keine Zeit. Das ist nicht weniger als der Versuch, sich um das Wesentliche herumzumogeln. Denn es war in diesem Fall der Finanzmarktkrise fast alles bekannt: die frechen Renditeziele, die regellosen Finanzmärkte, die Höhe der Boni-Zahlungen, die seifenblasigen Immobilienmärkte in Spanien, den USA und Großbritannien. Nur: Sie wurden vor der Krise in Inhalt und Gewicht anders als heute bewertet. Und deshalb liegt der Kern des Desasters für die Massenmedien irgendwo anders: Es fehlt generell die kritische Distanz zu den Forderungen, Meinungen und Einschätzungen der jeweils Herrschenden und Meinungsmachenden.

Ich stelle hier nur Thesen auf, deren Aussagekraft wissenschaftlich noch untersucht werden müssten und damit bestätigt oder widerlegt werden können. Ich will mich und niemanden anderen dabei verstricken in inhaltliche Wertungen über die richtige oder falsche Finanzmarktpolitik. Im Kern steht deshalb die Behauptung: Der politische, vor allem der wirtschaftspolitische Journalismus hat versagt,

weil er es unterlassen hat, die jeweiligen Alternativen zu den (finanz-)politischen Entscheidungen ausreichend darzustellen. „Im Westen gibt es keine Glasnost“, schreibt der Schweizer Journalist Roman Berger. Schließlich müsste man die geistige Bannmeile durchbrechen, welche die politischen und wirtschaftlichen Eliten ziehen.

Ich behaupte, anhand des Beispiels Finanzmarktkrise kann begründet die These vertreten werden, dass auch bei den Medien ein Systemversagen vorliegt.

Nun können diese Anmerkungen in die Mülltonne geworfen werden – wenn die Medien als Wirtschaftsgut angesehen werden. Wer jedoch unverändert davon ausgeht, dass sie janusköpfig, dass sie wenigstens gleichermaßen wirtschaftliches und öffentliches Gut sind, der muss versuchen, auch in seinen eigenen von Sparrunden und Entlassungen geprägten Krisenzeiten diesem Anspruch gerecht zu werden. Konkret: So wie andere Unternehmen sich dem Anspruch stellen müssen, die Frage der Rendite mit den Ansprüchen des Sozialen und des Ökologischen auszutarieren, so müssen Medien-Unternehmen die Frage der Rendite mit den Ansprüchen des Sozialen und der Demokratie austarieren. Wer sich diesem Anspruch nicht praktisch stellt, der wird zwangsläufig vom Sanierer eines Medien-Unternehmens zum Abdecker des Qualitätsjournalismus.

Diese von mir vorgetragene Kritik ist so billig, weil einem – zurecht – der eigene Arbeitsplatz so teuer ist. Die Journalisten und ihre Gewerkschaften sind im Kampf um ihre Arbeitsbedingungen und um ihre Arbeitsplätze. Dieser Kampf ist existenziell. Deshalb sind sie seit Jahren verstrickt in Debatten und Handeln um betriebswirtschaftlich gangbare Wege aus der Krise. Und deshalb lassen sie sich auch darin verstricken. Newsdesk, Print last, Print first, Format klein, mehr Online und weniger Print, der sekundliche Take oder die ausgeruhete lange Analyse oder beides, Format groß, lan-

ge Texte oder kurze, Bilder groß oder klein, Grafiken oder noch mehr Grafiken, viele Zwischenzeilen oder keine, Politik als Unterhaltung statt Politik, mehr Unterhaltung oder besser noch mehr?

Die Frage, an der sich diese Diskussionen ausrichten, lautet: Wie erreiche ich die Aufmerksamkeit meiner Konsumenten?

Die Frage lautet nicht: Versorge ich – lokal, regional, national, international - mein Publikum aus gesellschaftspolitisch interessierten Bürgern ausreichend und was kann ich tun, um aus der großen Schar an Konsumenten mehr Bürger als bisher für mich als Publikum zu gewinnen?

Und weil die Frage so eben nicht gestellt wird, weil es um die Konsumenten und nicht um die politischen (Staats-)Bürger geht, deshalb drehen sich diese handwerklichen Diskussionen in sich schlüssig nicht um die Stichworte: Kontrolle der Mächtigen, publizistische Unabhängigkeit, die vierte Gewalt im Staat, Verständlichkeit, das gesellschaftlich Belangvolle von Belanglosem unterscheiden, Politik unterhaltsam darstellen, aber als Politik darstellen, der Einfluss von PR. Diese Stichworte spielen keine Rolle, weil sie betriebswirtschaftlich irrelevant sind.

Das heißt: Das Thema der gesellschaftspolitischen Bedeutung des Journalismus liegt brach. In dieser Gesellschaft können mit leichter Hand Zeitungen zusammengelegt werden. Sagte jemand, warum brauchen wir eigentlich 60 Leberwurstsorten, lasst sie uns auf 55 verringern, dann stellten sich Bataillone gegen diesen Versuch, die Freiheit der Konsumenten zu untergraben und die Planwirtschaft wieder einzuführen.

Was könnte getan werden, um einerseits den Kampf um das Soziale zu führen, ohne andererseits den um den gesellschaftspolitischen Charakter des Journalismus zu vernachlässigen?

Die Journalisten und ihre Gewerkschaften müssten sich überhaupt erst wieder bewusst werden, dass sie weder „normale“ Arbeitnehmer noch „nor-

male“ Gewerkschaften sind: Für sie kann sich nicht nur wie für den „Opel“-Arbeiter, „Opel“-Betriebsrat und für die IG Metall ganz selbstverständlich alles um die Sicherheit der Arbeit und die Entlohnung drehen. Sie haben eine Verantwortung für ihr Produkt, wie sie der „Opel“-Arbeiter nie haben kann, wird und nie haben will. Journalisten produzieren ein geistiges Produkt von höchstem öffentlichen Belang.

Das heißt, die Journalisten und mit ihnen ihre Gewerkschaften besinnen sich auf ihre eigentliche Rolle und kümmern sich zuallererst um ihr System und die Produkte des Journalismus.

Diese Feststellung ist nicht banal, sondern von grundlegender Bedeutung: Denn das heißt, dass Inhalt, Form und Qualität der journalistischen Arbeit im absoluten Vordergrund stehen und nicht die Verteilung – gedruckt oder digital, SMS oder online – und nicht die Finanzierung. Das müssen andere klären. Ich weiß, das ist leicht gesagt und in den Ohren von vielen Betroffenen dumm dahergeredet: Was hat ein Redakteur von diesem Geschwätz, dessen Arbeitsplatz auf der Kippe steht? Trotzdem: Es muss sich jemand in der Hauptsache – und nicht nur so nebenbei wie bisher – um den öffentlich bedeutsamen journalistischen Kern kümmern. Und das müssen möglichst viele Medienwissenschaftler, Medien-Gewerkschaften und Journalisten selbst sein – und als ihre Bündnispartner möglichst große Teile der Öffentlichkeit. Dann lautet die entscheidende Frage nicht: Wie sind die Print-Medien der Verleger zu retten? Sondern die Kern-Frage lautet: Wie ist der Qualitätsjournalismus zu retten? Egal in welcher Form, in welchem Gefäß er verbreitet wird.

Vermutlich beginnt für die Journalisten der Weg

aus der Krise damit, dass die einzelnen Akteure sich auf ihre jeweilige Aufgabe und Kern-Kompetenz besinnen. Die Kern-Kompetenz des Journalisten ist es, das, was an Wichtigem und Aktuellem passiert in der Gesellschaft und der Welt in ausreichend großer Distanz zu den Mächtigen und Verantwortlichen kompetent, kritisch, verständlich, möglichst unterhaltend und umfassend zu berichten und zu analysieren. Und diese geistigen Werke sollten möglichst kostengünstig verbreitet und von möglichst vielen Bürgern zur Kenntnis genommen werden. Wie dies gehen soll, darüber bedarf es einer öffentlichen Debatte, denn der Journalismus ist eine öffentliche Angelegenheit. Fest steht nur: So wie jetzt geht es nicht mehr lange gut.

Wie könnte es weitergehen? Indem der Journalist neue Rollen annimmt. Es gehört zu seiner Aufgabe, kritische und aufklärerische Berichterstattung zu mehrten. Das Internet macht jeden Konsument potenziell zu einem Produzenten. Das ist für jeden Journalisten, der um jeden Preis seine Deutungsborg und seine Rolle als Gatekeeper erhalten will, ein Desaster. Aber: Was kann einer Demokratie besseres widerfahren als die Demokratisierung der veröffentlichten Meinung? Es geht also um eine Offensive in Sachen Medienkompetenz: ein langweiliges Thema, beschworen in jeder Sonntagsrede und doch von grundlegender Bedeutung. Und eine große Aufgabe für ausgebildete Journalisten, für die Profis, die angehenden Barfuß- und Bürger-Journalisten zu schulen. Mit anderen Worten: Der klassische Journalismus nimmt die Aufgabe an, seine Fertigkeiten in dieser Gesellschaft zu vervielfältigen. Und er nutzt seine Fertigkeiten, um wiederum in seinen Medien das Wissen seines Publikums einzufangen und aufzubereiten.

Der Journalist darf sich seine Rolle als Gatekeeper nicht erst abringen lassen, sondern er muss sie souverän aufgeben, bevor die Entmachtung droht. Er muss sich in die Mitte der Gesellschaft begeben und darf sich nicht, in seine Deutungsborg zurückziehen und sich hinter ihr verschanzen und sie verteidigen; das ist das, was er heute macht in Sorge um seinen Status und seinen Arbeitsplatz.

Die Medienwirtschaft muss umgekrempelt werden. In einem Land, in dem immer noch jede popelige Umgehungsstraße zum großen Ereignis wird, sollte endlich Platz für die Erkenntnis sein, dass Investitionen des Staates in den Journalismus und die Verbreitung seiner Produkte Investitionen in die Infrastruktur dieser Demokratie sind und damit wichtiger als jede Abwrackprämie.

Weil es um die Demokratie geht, deshalb muss der Staat helfen. Und weil der Staat dabei die Demokratie mehrten und nicht mindern darf, deshalb darf er nur indirekt handeln. Sonst gefährdet er die Unabhängigkeit des Journalismus und aus dem Guten, das er bewirken soll, wird im Tun und unter der Hand etwas Schlechtes.

Es kann also nur um die indirekte Förderung der Unternehmen gehen, die gesellschaftlich bedeutsame Medien herstellen und sich dieser Aufgabe auch bewusst stellen. Es ist das Ziel, zuerst die kleinen und mittleren Unternehmen zu fördern und nicht die großen. Und es ist das Ziel, die Unternehmensformen zu vervielfältigen: von Stiftungen über Genossenschaften bis zu Mitarbeiter-Unternehmen. Und die Hilfe wird nur gewährt, wenn die Unternehmen Bedingungen akzeptieren, die der Demokratie gemäß sind: Redaktionsstatut, hohe Transparenz, begrenzte Renditeziele. Mit anderen Worten: Die Form des Unternehmens (zivilisi-

siert, mitbestimmt, marktwirtschaftlich) muss zu seinem Inhalt (pathetisch gesprochen: der ständigen Arbeit am Fundament dieser Demokratie) passen. Heute fallen Form und Inhalt mehr denn je auseinander. Die Krise ist also eine Einladung, um an der Vereinbarkeit von Form und Inhalt zu arbeiten.

Und nach diesen pathetischen Plattitüden noch zu guterletzt etwas sehr Konkretes: Es will mir nicht in den Kopf, bereits seit Jahren nicht, dass die IG Metall, die GEW, ver.di, die IG BCE, die weiteren Einzel-Gewerkschaften, der DGB, der DJV, vielleicht noch das eine oder andere Institut, der eine oder andere aufklärerische Mäzen, warum also diese eben aufgelistete Macht mit ihren zahlreichen Kommunikations-Etats es nicht schafft, jährlich die zwei bis fünf Millionen Euro und die dazu gehörende Toleranz und Gelassenheit aufzubringen, um im besten Sinne eine unabhängige öffentliche aufklärerische Online-Tageszeitung mit 20 bis 40 Redakteuren zu finanzieren. Mit der Mobilisierung von weiterem fachlichen und wissenschaftlichen Sachverstand wäre mit ihr der Anspruch verbunden, nach allen Regeln unseres Handwerks und unserer Kunst ein Vorbild-Produkt herzustellen. Ein Vorbild-Produkt, das mithilft, Maßstäbe zu setzen, das mithilft, die Grenzen in dieser massenmedialen Welt zugunsten derjenigen zu verrücken, für welche Qualität und öffentlicher Charakter von Medien nicht nur Beiwerk sind.

Und wäre sie nur ein Stachel im Fleisch der Verleger, dieser Sparschweinchen des massenmedialen Systems!

Ich wache auf, der Traum ist geträumt. Ich hoffe, Sie sind darüber nicht eingeschlafen. Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit.

Kai Voigtländer

# Verkauft. Vereinzelt. Verraten.

## Die Arbeitsbedingungen kommen immer stärker unter Druck.

Reden wir doch mal über Qualitätsjournalismus. Diesen vorzugsweise in Sonntagsreden und Interviews von Verlegern und leitenden Redakteuren beschworenen Begriff. Das, was ihnen allen angeblich Verpflichtung und Antrieb ist. Reden wir doch mal über Qualitätsjournalismus. Reden wir doch mal über Alt-Tellin.

Wird Sie vielleicht überraschen, aber das Eine (der Qualitätsjournalismus) hat viel mit dem Anderen (mit Alt-Tellin) zu tun.

Alt-Tellin: ein kleines Dorf im Landkreis Demmin, zeigt beispielhaft, was Qualitätsjournalismus bedeuten könnte in Mecklenburg-Vorpommern. Und es zeigt beispielhaft, wie schwer sich die hier operierenden Tageszeitungen unter den von ihren Verlagen geschaffenen Bedingungen schon jetzt damit tun, ihrem selbstbewusst vorgetragenen Anspruch zu genügen, genau das zu liefern: nämlich journalistische Qualität.

In Alt-Tellin, den Eingeborenen erzähle ich damit wahrscheinlich nichts Neues, plant ein holländischer Investor, eine Schweinemastanlage zu bauen. Wie einige andere Holländer vor ihm das auch schon gemacht haben hier in Mecklenburg-Vorpommern. Neu sind die Ausmaße: 10.000 Sauen, 35.000 Ferkel - damit wäre die Anlage in Alt-Tellin die größte Schweinemastanlage in Deutschland.

Noch ist die Sache nicht entschieden: viele Bewohner von Alt-Tellin und den Nachbardörfern befürworten die Anlage - wegen der Arbeitsplätze. Viele andere, unterstützt von Umweltverbänden und Parteien, kämpfen vehement gegen die Schweinemast im industriellen Maßstab.

Ein klassischer Konflikt, vermeldet da der Radar vermutlich jedes Journalisten und jeder Journalis-

tin. Großinvestor gegen Umweltschützer, Tourismus gegen industriell betriebene Landwirtschaft, Massentierhaltung gegen Nachhaltigkeit, Arbeitsplätze gegen saubere Luft - und die Anwohner emotionalisiert und mitten drin.

Was für ein Fest für den Qualitätsjournalismus! Was für ein Fest!! Man könnte glatt ins Träumen kommen. Was man da alles machen könnte! Raum für Analysen, Reportagen vor Ort, Hintergründe, Interviews mit Betroffenen und Gegnern, Pro und Contra, das Statement vom Bürgermeister, einen Kommentar ist uns die Sache auch noch wert - und eine Infografik zur Schweineproduktion seit 1960. Vielleicht noch ein Leserforum, vielleicht noch eine Untersuchung zur Güllebelastung des Grundwassers - kreativen Redaktionen fällt da bestimmt jede Menge ein.

Am 6. April hat das öffentliche Erörterungsverfahren begonnen, mehr als 700 Einwendungen haben Bürgerinnen und Bürger gegen die Mastanlage vorgebracht - die werden jetzt verhandelt. Am 7. April informiert die Süddeutsche Zeitung ihre Leser mit einem Korrespondentenbericht auf Seite 1 über das Thema. Über die Schweinemastanlage in Alt-Tellin, von der vermutlich 99 Prozent der Leser dieser überregionalen Qualitätszeitung vorher noch nie gehört hatten. Jens Schneider hat mit Befürwortern und Gegnern gesprochen, er beleuchtet die Anlage aus der Sicht von Schweinezüchtern und Umweltschützern. Vierspaltig im Kasten auf der Eins, Überschrift: „Die größte Sauerei.“ Und jetzt kennen viele Leser der Süddeutschen Zeitung eben Alt-Tellin und die Problemlage der industriellen Schweinemast.

Alt-Tellin gehört zum Verbreitungsgebiet des Nordkurier. Das ist die nordostdeutsche Regional-

zeitung, die ihren Mantel seit Anfang April aus Schwerin bezieht. Hergestellt von einer ausgelagerten und ausgedünnten Mantelredaktion. 24 Redakteurinnen und Redakteure arbeiten hier, die meisten kommen von der SVZ, die ihre regionale Kompetenz jetzt bis an die polnische Grenze ausgedehnt hat.

Im ganzen Verbreitungsgebiet des Nordkurier ist die massenhafte Schweinezucht ein Riesenthema. Vor wenigen Jahren erst gab es einen heftigen Konflikt - mit Bürgerinitiative und holländischem Investor, in Medow, in Ostvorpommern.

Will sagen: In der Leserschaft des Nordkurier gibt es großes Interesse an diesem Thema, weil viele Dörfer davon betroffen sind - oder sein könnten.

Im Nordkurier erscheint am 7. April auf Seite 1 eine Agenturmeldung von ddp zum Thema Schweinezucht in Alt-Tellin. Sonst: nichts. Kein Bericht auf den Landesseiten, kein Hintergrund, keine eigens eingeholten O-Töne, keine Analyse, kein Porträt des Investors. Nichts.

Wenn ich als Leser des Nordkurier noch nach einem Grund suchen sollte, diese Zeitung nicht mehr zu lesen, nicht mehr zu abonnieren: hier ist er. Da gibt es ein Thema von unglaublicher Relevanz für die ganze Region, mit Gesprächswert in jeder Dorfkneipe.

Hier wird die Zukunft von Landschaft, Landwirtschaft und Menschen verhandelt - und die Regionalzeitung, die da mitten drin sitzt und die das Lagerfeuer der Menschen da draußen in Ostmecklenburg und Vorpommern bilden sollte, also den Ort, an dem sich die wichtigen Geschichten sammeln und besprechen und bearbeiten lassen - die macht einfach: nix. Zieht sich mit einer Agenturmeldung

aus der Affäre. Das ist ein journalistischer Offenbarungseid, Kolleginnen und Kollegen.

Eine Zeitung, die ein in ihrer eigenen Region spielendes Thema, ein Thema von Relevanz und Strahlkraft und Gesprächswert so verschenkt und versenkt wie der Nordkurier die Sache mit Alt-Tellin, die braucht man wirklich nur noch zum Fische einwickeln - oder zum Mücken erschlagen.

Wer so etwas als journalistische Arbeit durchgehen lässt, der hat sich schon aufgegeben: der hat sich vom Anspruch verabschiedet, eine Region abzubilden - mit Geschichten, die relevant sind, die Gesprächswert haben, die in die Region hinein ausstrahlen.

„Dieselbe Mantelredaktion denkt für beide Verbreitungsgebiete und produziert als Dienstleister für beide Zeitungen zwei verschieden regional ausgerichtete Mäntel“ - das ist natürlich nicht von mir, das ist auch nicht aus der Marketingabteilung in Flensburg - das Zitat stammt von Michael Seidel, dem Chefredakteur des Nordkurier, aus einem Interview mit dem KIEK AN Anfang dieses Jahres.

Die Frage war: wie soll das funktionieren, der gemeinsame Mantel für die beiden in unterschiedlichen Regionen erscheinenden Blätter? Die Antwort gibt, wie so oft, die Praxis: Es funktioniert - nicht. Die verschiedene regionale Ausrichtung von NK und SVZ zeigte sich in diesem Fall übrigens so, dass die SVZ einen dpa-Korrespondentenbericht zum gleichen Thema abdruckte. Regionale Kompetenz: das ist die Wahl zwischen dpa und ddp geworden - wäre es nicht so bitter, dann müsste man darüber spotten.

Den Offenbarungseid, den lasten wir übrigens natürlich nicht der unterbesetzten und überforderten

Redaktion an, die sich in Schwerin oder in Neubrandenburg oder irgendwo dazwischen in einer der vielen neu gegründeten Gesellschaften befindet. Die Redaktion macht ihren Job, so gut das eben noch geht - unter den täglich schlechter werdenden Bedingungen.

Wir lasten ihn denen an, die sich solche beknackten Konstruktionen ausdenken und umsetzen und sie sich dann mit ihrem Marketingsprech hübsch reden: „Wir bündeln die Kompetenzen an einem zentralen Ort und verstärken damit die regionale Berichterstattung“ ... blabla ...

Eine Qualitätszeitung, also ein Blatt, das seinen Auftrag ernst nimmt und mit Leidenschaft für die Belange seiner Leserinnen und Leser eintritt, braucht regionale Kompetenz. Eine Qualitätszeitung braucht Fachleute vor Ort, Menschen mit Standing, mit Selbstbewusstsein und Lebenserfahrung und mit jahrelang aufgebauten Kontakten zu den regionalen Größen in Politik, Wirtschaft und Kultur. Redakteure, die die Lebenswelt ihrer Leserinnen und Leser teilen und kennen und die ihre Leser ernst nehmen in ihren Konflikten und Interessen.

Und wo eine Zeitung das aufgibt und gering schätzt, da verliert sie alles: Glaubwürdigkeit. Verlässlichkeit. Die Aufmerksamkeit und das Interesse der Menschen in der Region, deren Interessen sie wahrnehmen und artikulieren soll. Und zuletzt verliert sie: Auflage. Sie verliert Leserinnen und Leser, sie verliert Anzeigenmärkte.

Darum, Kolleginnen und Kollegen, ist die Qualitätsdebatte so entscheidend für die Zukunft der Zeitungen, darum wiederholen wir unablässig dieses Mantra, das manchen wahrscheinlich auch schon zu den Ohren herauskommt: „Qualität UND Vielfalt sichern“: Qualität bemisst sich nicht am richtig gesetzten Komma und an der fehlerfreien Rechtschreibung. Obwohl es auch mal wieder schön wäre, eine Zeitung in der Hand zu halten, die nur einen oder zwei Druckfehler oder Beziehungsfehler oder grammatikalische Fehler pro Seite hat – aber man wird da ja bescheiden als Leser.

Journalistische Qualität, die dann irgendwann in Qualitätsjournalismus mündet, bemisst sich in regionaler Kompetenz, in der Kenntnis der regionalen Themen und Konflikte und in der Stärke einer Redaktion, Themen zu sehen und Themen zu setzen, über die dann geredet und gestritten wird - in der Region, von den Lesern, mit den Journalisten.

Wenn man sich ansieht, wie die Zeitungen in Mecklenburg-Vorpommern ihre Redaktionen und ihre Freien Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen behandeln, also die Kolleginnen und Kollegen, die täglich diese Qualität liefern und für sie einstehen sollen, dann kann man nur den Schluss ziehen: Die Verlage arbeiten ganz hart daran, Qualität abzuschaffen oder unmöglich zu machen oder es ist ihnen ganz einfach egal, was da Tag für Tag zwischen den ALDI-Anzeigen und dem Fernsehprogramm abgedruckt wird.

Ganz vorne dabei ist natürlich wieder der Nordku-

rier, dessen Geschäftsführer anlässlich der Debatte um die neuen - man kann sie kaum anders als unsittlich bezeichnen, sittenwidrig reicht da schon kaum noch aus - also um die Honorarbedingungen seines Verlages erklärt, er kenne gar keine professionellen Freien in seinem Verbreitungsgebiet - für den Nordkurier würden eh nur Pensionäre, Schüler und Hausfrauen schreiben.

Einer der Fotografen, die sich weigern, auf das Spiel des Nordkurier einzugehen und auf der neu eingerichteten Webseite um Aufträge mitzubieten, schreibt dazu: „Eigentlich ist es schon fast so, dass man den Verlag bitten darf, auf eigene Rechnung und aus Spaß ohne Honorar zu arbeiten. Vielleicht sollte der Verlag dann gleich Ein-Euro-Jobber einstellen. Das bisschen Fotografieren und die paar Zeilen schafft schließlich jeder, der das ABC beherrscht.“

Aber es betrifft längst nicht nur die Freien und längst nicht nur den Nordkurier. In allen Redaktionen hat die Arbeitsverdichtung ein Maß erreicht, das journalistische Qualität zum Zufallsprodukt macht. Alle Redaktionen mussten in den vergangenen Jahren noch zusätzliche Aufgaben übernehmen: Zeitungsseiten online zu stellen bedeutet für die Redakteure erhebliche Mehrarbeit. Die Sekretariate und Redaktionsassistenzen und alle anderen Filtersysteme sind eingespart worden.

Neben Recherchen und Informationsgesprächen müssen Redakteure sich jetzt auch um Abfragen kümmern und sollen Probleme der Leser klären

und Gewinnspiele organisieren. Sie sollen, auch das ein interessantes Thema, redaktionell die Ü30-Party ankündigen und journalistisch begleiten, deren Veranstalter natürlich ein guter Anzeigenkunde ist.

Außerdem wird an den Honoraren der Freien gespart, was deutlich zu Mehrarbeit der Redakteure und zum Verlust von Qualität führt.

Das alles, Kolleginnen und Kollegen, hat mit Qualitätsjournalismus nicht mehr das Geringste zu tun. Dabei ist das - regionale Kompetenz, Tiefe in der lokalen Berichterstattung, Einstehen vor Ort für die Belange und die Interessen der Leser, das Einzige, was den regionalen Zeitungstitel in diesen wilden Märkten von heute noch eine Existenzberechtigung gibt.

Zum Schluss noch ein Zitat, wieder von Michael Seidel, wieder aus dem gleichen Interview (und es ist Zufall, dass es wieder Michael Seidel und den Nordkurier trifft. Denn fast buchstabengetreu ließen sich entsprechende Zitate von Thomas Schunck oder von Jan Emendörfer finden).

Frage: Wie wollen sie den Herausforderungen begegnen, die sich durch die Nachrichtenflut im Internet und das geänderte Leserverhalten ergeben? Antwort - Achtung, genau hinhören: „Durch Stärkung der lokalen und regionalen Informationen - und zwar sowohl in unseren Zeitungen als auch im Internet.“

Das ist das Rezept. Dann fangt doch endlich mal damit an!

Ernst Heilmann

# Das Bewusstsein der Öffentlichkeit ist geschärft

## Zwischenbilanz und Ausblick zur Initiative „Unser Land braucht seine Zeitungen.“

„Ohne eine starke und unabhängige Presse kann Demokratie nicht funktionieren.“ Das sagte der wiedergewählte Vorsitzende der norddeutschen Zeitungsverleger Asghar Azmayesh anlässlich der Jahresversammlung im April in Hamburg – immerhin! Und weiter fordert er für die Online-Angebote der Verlage ein eigenes Schutzrecht. Klingt irgendwie nach Rettungsschirm.

Derweil spekuliert der Vorstandsvorsitzende von Springer Mathias Döpfner auf „Schnäppchenkäufe“ in Krisenzeiten. „Da bieten sich im Moment – Print wie Online – fabelhafte Gelegenheiten“, sagte er im Club Hamburger Wirtschaftsjournalisten. Für ihn kämen auch künftig Zukäufe größerer Regionalzeitungen in Frage, allerdings nur Mehrheitsbeteiligungen! „Als börsennotiertes Unternehmen macht es keinen Sinn, langfristig Minderheitsbeteiligungen zu halten.“ Daher der Verkauf der Regionaltitel von Lübecker Nachrichten und Ostsee-Zeitung an Madsack. Oder doch nur wegen der Pin-Pleite?

Aus seiner Sicht werde als Folge der Wirtschaftskrise die Zahl der unabhängigen Regionalzeitungen weiter abnehmen, er sehe aber noch keinen „Flächenbrand“. Noch stärker als bei den Tageszeitungen sei der Trend zur Konzentration im Online-Bereich: „Da wird die Vielfalt viel drastischer reduziert werden.“

Und dann ist da noch der schon zitierte Herr Schumacher, Geschäftsführer des Nordkurier. Nicht dass das, was er hier in Mecklenburg-Vorpommern zelebriert, nicht schon bekannt wäre. Das alles hat er unter Verleger Lenssing-Wolf bei der Münsterschen Zeitung schon einmal durchgespielt. Am Ende hat er die ganze Redaktion rausge-

schmissen und sie nicht zuletzt durch Freie, Vogel-freie muss man richtig sagen, ersetzt. Nun geht Herr Schumacher noch ein Stück weiter: Per Internet vergibt er die Aufträge zu Pauschalkonditionen – das ist nicht mehr weit vom modernen Sklavenmarkt. Es ist hoch an der Zeit, dass solches Gebaren gesellschaftlich und politisch geächtet wird. Das gehört an den Pranger gestellt! Das muss juristische Folgen haben!

So hat halt jeder seine Sicht auf die Krise und Rezepte, wie sie zu bewältigen sei – und sei es auf Kosten von Qualität und Mitarbeitern. Uns reichen bereits die im vergangenen Jahr und die aktuell getroffenen Entscheidungen in den Verlagen. Ziemlich dramatisch für die Medienlandschaft in diesem Land: Von Abbruch über Umbruch, von Entlassungen, Tarifflicht, Erpressung für die Beschäftigten und ihrer Betriebsräte bis zum Verkauf.

Weniger war von Aufbruch zu einer vielfältigen, qualitativ hochwertigen Medienlandschaft in Mecklenburg-Vorpommern die Rede. Es geht aus Sicht der Verlage um die Kosten und um die Rendite – wie es scheint ausschließlich.

Deshalb machen wir uns erhebliche Sorgen um die Beschäftigung, um die Printmedien und deren grundgesetzlichen Auftrag in Mecklenburg-Vorpommern.

Die Zeitungen hängen buchstäblich am „seidenen Faden“. So hieß deshalb auch eine unserer Aktionen Anfang des Jahres, mit der wir die Öffentlichkeit und auch die Bundeskanzlerin anlässlich eines Zeitungskongresses über die Situation einmal mehr informiert haben.

Es geht um Pressefreiheit heute, jenes Gut, von dem schon 1848 in der Bürgerlichen Revolution

die Demokraten wussten, dass es im Freiheitskampf, in der „Aufklärung für eine demokratische Gesellschaft“ eine herausragende Rolle spielen muss. „Sie galt dem Bürgertum daher als das stärkste Grundrecht, welches auch andere Freiheitsrechte wie die Meinungs-, Glaubens-, und Gewissensfreiheit gewährleisten könnte.“ Schrieb Jutta Limbach, die ehemalige Präsidentin des Bundesverfassungsgerichtes, in einem Aufsatz zum Thema „Menschenwürde und Pressefreiheit“.

So wurde die Pressefreiheit zu einer der vier Märzforderungen der 48er Revolution und wurde mit der Meinungsfreiheit in der Verfassung der Paulskirche in Artikel 143 garantiert. Dem folgten die Weimarer Verfassung ebenso wie das Grundgesetz.

Pressefreiheit ist ein Grundrecht, das es allerdings auch immer wieder durchzusetzen und zu verteidigen gilt. Gegen die Vereinnahmung durch wirtschaftlich Mächtige, gegen ökonomische Zwänge, aber auch gegenüber der Politik. Doch gleichwohl hat die Politik die Aufgabe, durch ihr Handeln – auch durch Gesetze – eben diese Grundrechte zu schützen.

Das Bundesverfassungsgericht hat die öffentliche Aufgabe der Presse im Spiegelurteil 1966 ausführlich formuliert. Diese Darstellung beschreibt allerdings eher das Ziel, weitestgehend leider nicht die Realität.

Damit Pressefreiheit funktionieren kann, braucht es im Alltag der Medien nach wie vor eine wahrheitsgemäße kritische Berichterstattung, unabhängige und mutige Redakteure, gut ausgestattete Redaktionen, Zeit für die Recherche – kurz die Mitwirkungsmöglichkeiten der Blattmacher selbst. Da-

für steht diese Initiative mit ihren Partnern, dem DGB, dem Deutschen Journalisten-Verband und der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di.

Die Ziele unserer Initiative sind die Verstärkung der öffentlichen Diskussion über Bedeutung und Gefährdung der Presse, die Gewährleistung einer institutionalisierten Beobachtung der Medienbranche durch unabhängige Experten. Wir setzen uns ein für Beschäftigungssicherung und die Verhinderung von Ausgliederung und Tarifflicht, die Verhinderung bzw. Abmilderung negativer sozialer Folgen der Umbruchprozesse. Wir fordern die Stärkung der inneren Pressefreiheit durch Etablierung von Redaktionsstatuten und -beiräten und mehr betriebliche Mitbestimmung.

Vor anderthalb Jahren begann die Initiative „Unser Land braucht seine Zeitungen. Qualität und Vielfalt sichern.“ mit dem Start der Internetseite [www.qualität-und-vielfalt-sichern.de](http://www.qualität-und-vielfalt-sichern.de). Sie informiert nach journalistischen Standards mit einem hohen Maß an Aktualität über die Entwicklungen in den Print-Medien Mecklenburg-Vorpommerns und ist für viele Außenstehende eine wichtige Informationsquelle geworden.

In die Öffentlichkeit getragen wurde die Initiative mit einer landesweiten Plakataktion im Januar 2008 und vielen nachfolgenden Aktionen. Sie fanden ihr Echo in zahlreichen Berichten regionaler und überregionaler Medien, aber auch mehr als 3500 Unterschriften von Bürgerinnen und Bürgern, die deutlich machen, wie wichtig ihnen ihre Heimatzeitungen sind.

Parallel dazu begann die Ansprache der Politik mit mittlerweile sieben Mailings. Sechs davon wandten sich sowohl an alle Abgeordneten der demokrati-

schen Parteien im Landtag und an die Fraktionen der Kreistage und Bürgerschaften in den kreisfreien Städten, ein weiteres Rundschreiben ging nur an die Landtagsabgeordneten. Hinzu kam ein Brief von ver.di-Landesleiter Nord, Rüdiger Timmermann, an die Partei- und Fraktionschefs der demokratischen Parteien im Landtag, in dem er insbesondere die Notwendigkeit, das Landespressegesetz zu ändern, nachdrücklich unterstrichen hat.

Auf große Resonanz stieß der Außerordentliche Presse-Tag im Februar 2008 in Schwerin, dessen Diskussion wir heute fortsetzen.

Es ist gelungen, das Thema in einer breiten Öffentlichkeit publik zu machen. Damit konnte auch erfolgreich Druck aufgebaut werden, der von den Verlegern deutlich wahrgenommen wird.

Vor allem wurde die Diskussion in die Politik getragen: Die Linke unterstützte das Anliegen früh und auch die SPD beginnt, ihre zunächst abwartende Haltung zu relativieren. Selbst in FDP und CDU konnten Kontakte geknüpft werden, die in Teilen der CDU zu einer veränderten Einstellung in dieser Frage führten.

Im Ergebnis unserer Bemühungen gelang der Schritt in die parlamentarische Debatte unerwartet früh und mehr als konsequent: Anfang Juli 2008 war die Situation der Tageszeitungen Gegenstand der Aktuellen Stunde im Landtag, an die sich innerhalb von nur zwei Wochen eine erste öffentliche Anhörung im Innenausschuss des Parlaments anschloss, die im Oktober 2008 fortgesetzt wurde.

Bereits zuvor hatte der Landtag auf Grundlage eines gemeinsamen Antrags der beiden Fraktionen der Großen Regierungskoalition einstimmig beschlossen, künftig jährlich einen Bericht zur Situation der Medienlandschaft in Mecklenburg-Vorpommern erstellen zu lassen. Damit ist ein Ziel der Initiative erreicht: Die Presse selbst ist Gegenstand einer regelmäßigen, öffentlichen und politischen Debatte geworden.

Auch in den Betrieben gab es erste Erfolge: Mit dem Tarifabschluss bei der Ostsee-Zeitung gelang neben der Regelung sozialer Fragen in Zusammenhang mit der Bildung der Gemeinschafts-Mantel-Redaktion mit den Lübecker Nachrichten immerhin ein Einstieg in eine Festschreibung von Mitwirkungsrechten der Journalisten, der vom Betriebsrat weiter ausgestaltet wurde. Dieser

Erfolg ist umso höher zu bewerten, da das Thema über lange Zeit in den Verhandlungen durch den Arbeitgeber vollkommen abgeblockt wurde. Das war im Wesentlichen auch dem Einsatz und der Diskussion der Betriebsräte und der Belegschaft der Ostsee-Zeitung und den gemeinsam mit den Lübecker Kolleginnen und Kollegen geführten Verhandlungen zu verdanken.

Beim Nordkurier und bei der Schweriner Volkszeitung konnten leider bisher kaum vergleichbare Ergebnisse erreicht werden. So machen unsere Erfahrungen deutlich, dass redaktionelle Mitwirkung nur da entsteht, wo ihre Träger es auch fordern und organisiert versuchen durchzusetzen.

Die positiven Ansätze gilt es auszubauen: Zentrales Ziel wird es sein, das Erreichte möglichst langfristig abzusichern und schrittweise zu erweitern. Nur über verbindliche Regelungen kann es gelingen, eine (mittelbare) demokratische Kontrolle der zunehmend rein ökonomisch ausgerichteten und entsprechend agierenden Verlage zu erreichen und als begrenztes Korrektiv zur schwindenden Vielfalt des Medienangebotes die innere Pressefreiheit in Form erweiterter Mitsprache- und Mitwirkungsrechte der Journalisten zu stärken, um Meinungsmacht zu begrenzen.

Ein wesentlicher Baustein ist dabei die Forderung nach der Überarbeitung des Presserechts und anderer relevanter Gesetze. Im Ergebnis der bisherigen Diskussionen lassen sich folgende Schwerpunkte für eine Novelle herausarbeiten: Der beschlossene jährliche Bericht zur Lage der Medien sollte gesetzlich verankert werden, ebenso eine erweiterte Transparenzpflicht der Verlage, die ihren Lesern mehr Offenheit über Besitz- und Beteiligungsverhältnisse und ihre publizistischen Grundsätze schulden. Denkbar wären Regelungen zu Ombudsleuten, die als unabhängige Anwälte der Leser agieren.

Vor allem aber bedarf es einer eindeutigen Stärkung der inneren Pressefreiheit: Die Journalisten müssen unzweifelhaft als Träger der Pressefreiheit benannt werden und verbindliche Mitspracherechte in Form von Redaktionsstatuten, -beiräten erhalten. Nicht ausklammern wollen wir die Frage einer ökonomischen Förderung, die freilich sorgsam an-

gegangen werden muss, um die Unabhängigkeit der Presse nicht zu beschädigen und Mitnahmeeffekte auszuschließen.

Unser vordringliches Ziel ist es weiterhin, die öffentliche und vor allem die politische Debatte fortzuführen und zu verstetigen. Um die öffentliche Unterstützung für die Anliegen weiter zu mobilisieren und zu dokumentieren werden wir die Plakataktion und die Unterschriftensammlung fortsetzen und die Veranstaltungsreihe „Medienpolitischer Stammtisch“ weiterentwickeln, u.a. in Kooperation mit Hochschulen im Land.

Die Initiative „Unser Land braucht seine Zeitungen. Qualität und Vielfalt sichern.“ hat binnen eines Jahres überraschende Erfolge gezeigt und vor allem die politische Diskussion in Mecklenburg-Vorpommern nachhaltig beeinflusst. Sie ist ein Bindeglied und eine wertvolle Unterstützung der betrieblichen Auseinandersetzungen.

Angesichts der sich weiter verschärfenden Probleme in der Regionalpresse kann sie auch künftig einen wichtigen Beitrag leisten für die Sicherung von Arbeitsplätzen im Land und einer demokratischen Presse.

Bleibt zum Schluss die Aufforderung an die Politik, die Dinge nicht dem Markt zu überlassen, sondern Regelungen herbeizuführen, die dem Ziel dienen, Qualität und Vielfalt der Regionalpresse zu fördern. Also, Meine Damen und Herren Politiker, schaffen Sie bald ein neues Pressegesetz für Mecklenburg-Vorpommern!

Dr. Elke Grittmann

# Vereinheitlichung statt Vielfalt?

## Eine Studie zum Einfluss von interner Medienkonzentration auf die Berichterstattung

Wir als Wissenschaftler beobachten sehr aufmerksam, was im Moment in den Verlagen passiert. Manchmal können wir uns gar nicht vorstellen, was da so abläuft.

Vor einiger Zeit hat der Chefredakteur der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung, Ulrich Reitz, in einem ZAPP-Interview klargestellt, wie viel Journalismus der Journalismus eigentlich braucht. Er hat das konkret an dem Ressort Sport festgemacht für die vier hauseigenen Tageszeitungen der WAZ, die Neue Rhein- und Ruhrzeitung, die WAZ, die Westfälische Rundschau und die Westfalen-Post. Reitz sagte wörtlich: „Wenn der BVB Dortmund gegen Schalke spielt, gehen vier Leute hin und schreiben einen Spielbericht. In Zukunft werden zwei hingehen. Der eine schreibt einen Spielbericht, aber der andere recherchiert investigativ.“

Auf die Nachfrage, wie man denn im Fußball investigativ recherchiert, hat Reitz gesagt: „Indem sie in der Kabine sitzen.“ In der Fußballer-Kabine hat er damit gemeint. Da wären bestimmt viele gern mal investigativ. Man muss sich aber diese Rechnung noch einmal ganz genau anschauen. Zwei Journalisten? Ich habe von Fußball wenig Ahnung, aber ich glaube, im Fußball ist die Zusammenlegung der Mannschaften und der Kabinen noch nicht so weit vorgeschritten. Hat nicht der BVB eine eigene und Schalke auch eine eigene?

Wo sitzt dann der investigativ recherchierende Journalist? Und ist es nicht doch tatsächlich manchmal so, dass der BVB auch gegen andere Mannschaften als gegen Schalke spielt in der Bundesliga? Das heißt, zwei fahren mit dem BVB, zwei fahren mit Schalke, macht vier. Es ist sicher eine der unsinnigsten Rechnungen, die im Moment auf-

gemacht werden angesichts der Umstrukturierung der Verlage. Aber die Situation und dieses Beispiel sind natürlich bezeichnend für das, was insgesamt abläuft.

Zu den Ausgangsbedingungen des Journalismus: Tageszeitungs-Journalismus ist generell durch eine so genannte eingebaute Schizophrenie geprägt. Tageszeitungen dienen zum einen einer wirtschaftlichen Gewinnmaximierung und zum anderen natürlich einer öffentlichen Aufgabe. Für die Gewinnmaximierung ist üblicherweise der Verlag zuständig. Für die öffentliche Aufgabe, also für die Information, die Redaktion.

Diese Allianz funktioniert aber nicht mehr. Denn die Rahmenbedingungen haben sich in den letzten Jahren stark gewandelt: Es gibt Anzeigenverluste, die aber sehr unterschiedlich ausgeprägt sind. Wir beobachten einem Leserschwund, der vor allem die Zeitungen sehr stark trifft. Und wir haben es mit einem neuen Nutzerverhalten zu tun. Viele junge Leute gehen lieber ins Netz als an den Kiosk.

Die Verlage haben darauf vor allen Dingen mit Sparmaßnahmen reagiert: Mit Kürzungen von Ressourcen, mit Abbau von Personal, bis hin zu Entlassungen, mit Tarifflicht, mit Auslagerung und Zusammenlegung von Redaktionen. Teilweise haben sie sich auch, um neue Leser zu gewinnen, um Investitionen in den Redaktionen bemüht, um neue Produkte und neue Konzepte. Auch in Norddeutschland sind alle Redaktionen mehr oder weniger davon betroffen.

Im Frühjahr vergangenen Jahres haben der DJV-Landesverband Mecklenburg-Vorpommern und der ver.di-Landesbezirk Nord eine Anfrage an unser Institut gerichtet. Ihre Befürchtung war, dass sich

diese Entwicklungen inzwischen in den Inhalten niederschlagen.

Für uns war die Frage: Handelt es sich um eine subjektive Wahrnehmung, vielleicht um eine Wahrnehmung von Einzelbeispielen, die es so aber vielleicht auch schon vorher gegeben hat? Oder lassen sich wirklich systematische Veränderungen in den Inhalten der Regionalzeitungen beobachten und objektiv auch überprüfen?

Angesichts der Relevanz der Fragestellung, die ja nicht nur Norddeutschland, sondern inzwischen viele Zeitungen in der ganzen Bundesrepublik betreffen, haben wir die Frage aufgegriffen. Ich möchte hier nun die Ergebnisse dieser Studie präsentieren – nicht ohne zuvor kurz Dank aussprechen. Zum einen an die Hans-Böckler-Stiftung, die uns mit unterstützt hat, damit wir das Projekt realisieren konnten. Ebenso gilt unser Dank ver.di und dem DJV, die das Vorhaben mit getragen haben, so dass wir im Rahmen eines Lehr-Forschungs-Projektes an unserer Uni diese Studie durchführen konnten.

Die zentrale Fragen lauteten für uns: Welche Auswirkungen hat die aktuelle Entwicklung auf die Zeitungsangebote? Welche Auswirkungen haben Kooperationen und der Austausch von Angeboten auf die Vielfalt? Welche Auswirkungen haben die Reduzierungen der redaktionellen Ressourcen auf die publizistische Qualität?

Hier werden zwei Begriffe genannt. Vielfalt und Qualität.

Vielfalt ist eine zentrale Zielgröße in einer Demokratie. Sie ist wünschenswert. Viele Stimmen, die sich einmischen und einen Beitrag zur allgemeinen Information leisten.

Es geht hier aber nicht nur um Meinungen. Es geht auch darum, dass einzelne Zeitungen eigene Rechercheangebote, eigene Informationsangebote machen.

Die Zeitungsmärkte in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern sind bereits stark konzentriert. Ein publizistischer Wettbewerb findet – bis auf ganz kleine Gebiete – im lokalen Bereich sowieso nicht mehr statt. An Stelle inhaltlicher Vielfalt herrscht hier monopolisierte Einfachheit. Das muss man im Lokalen sagen. Vielfalt wird allenfalls auf Landesebene noch geleistet und natürlich im überregionalen Teil. Das ist auch im Interesse der Leserinnen und Leser.

Auch wenn die Verlage vor allen Dingen die Bedeutung der lokalen Berichterstattung hervorheben, sind überregionale Informationsangebote wie beispielsweise Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ebenso relevant – sowohl demokratietheoretisch als auch ganz konkret für die Leserinnen und Leser. Die überregionale Berichterstattung hat also durchaus Bedeutung. Zumal, wenn es um Fragen geht, die die eigene Lebenswelt betreffen.

Vielfalt kann man einmal untersuchen in Form von externer Vielfalt: Wie viel unterschiedliche Informationsangebote erhalten wir von den verschiedenen Zeitungen? Was bekäme man, wenn man alles lesen würde? Gibt es auf Bundesebene oder Landesebene noch mehr als einen Bericht über den Landtag? Gibt es verschiedene Schwerpunktsetzungen?

Interne Vielfalt betrifft die Zeitung an sich. Also wie umfangreich, wie vielfältig berichtet ein Blatt innerhalb eines Ressorts? Hat es die Möglichkeit, Schwerpunkte und eigene Themen zu setzen?

Wenn Redaktionen zusammengelegt werden und die Berichterstattung vereinheitlicht wird, dann stellt sich vor dem Hintergrund die Frage, ob es zu einer graduellen Angleichung kommt. Viele behaupten, die Nachrichtenagenturen würden die Berichterstattung dominieren. Dann könne man die Redaktionen auch zusammenlegen.

Oder handelt es sich um eine grundlegende Reduzierung von Vielfalt? Wir haben das untersucht, indem wir gefragt haben: Wie vielfältig oder einheitlich ist die Berichterstattung im überregionalen Teil der Zeitungen in Norddeutschland? Wie groß ist die Themenkongruenz bzw. die Exklusivität? Es stellt sich die Frage: Wenn Zeitungen zusammengelegt werden, und das ist ja im Moment Praxis, leisten sie etwas Neues? Denn ein Argument lautet: Man habe zwar eine Redaktion weniger, aber dafür werde die Berichterstattung insgesamt besser.

Vielfalt ist freilich nur ein Qualitätsmerkmal von Zeitungen. Wenn Ressourcen schrumpfen und die Leser vielleicht ein visuell besser aufbereitetes Angebot bekommen, stellt sich die Frage, ob es denn inhaltlich auch besser wird oder – ob es sich noch um einen inhaltlich überzeugenden Journalismus handelt.

Über Qualität lässt sich gut streiten. Der Begriff hat viele Dimensionen. Ich bringe hier nur drei Beispiele: Unter Qualität wird zum Beispiel Professionalität gefasst. Dazu gehören Kriterien wie Richtigkeit; soll ausgewogen sein; soll unparteilich sein; die Berichterstattung soll eine analytische Tiefe haben; es sollen alle Fragen beantwortet werden; Quellentransparenz soll da sein... Oder es geht um Relevanz. Hat man die richtigen Themen gesetzt? Greift man die Themen auf, die wirklich in der Region wichtig sind? Werden unterschiedliche Positionen gebracht? Werden unterschiedliche Akteure gefragt? Und so weiter... Oder man schaut sich Qualität aus Rezipientenperspektive an: Es geht um die Vermittlung. Ist sie verständlich? Werden verschiedene Genres gewählt? Ist sie abwechslungs-

reich, informativ? Hat sie einen Unterhaltungswert? Damit ist weniger eine Boulevardisierung gemeint, sondern ein Thema so aufzubereiten, dass die Leser sagen: Ja, das möchte ich unbedingt wissen.

Qualitätsstandards sind deshalb zentral, weil davon auch die Leserschaft abhängt. Bei Monopolzeitungen wurde bereits festgestellt, dass sie stärker von Auflagen- und Reichweitenverlusten betroffen sind als Zeitungen, die in Mehrzeitungskreisen erscheinen. Tageszeitungen gelten als Erfahrungsgüter; ihre tägliche Leistung an aktueller Information kann immer erst beim Kauf geprüft werden. Daher ist für Leserinnen und Leser das Vertrauen in die einmal als positiv wahrgenommene Qualität von zentraler Bedeutung, damit die Zeitung auch weiterhin gelesen werden.

Wir haben in unserer Untersuchung die Qualitätskriterien analysiert, auf die sich Kürzungen von Ressourcen möglicherweise auswirken. Dazu zählt beispielsweise das Qualitätskriterium „analytische Tiefe“.

Als Gegenbeispiel könnte man das Qualitätskriterium „Ausgewogenheit“ nennen. Das ist ein journalistischer Standard, den man wahrscheinlich sowieso erfüllt oder nicht. Aber dies hängt nicht davon ab, ob man mehr oder weniger Zeit hat oder einen Journalisten mehr oder weniger.

Aus diesen Überlegungen haben wir Unterfragen abgeleitet: Wie sehen die Profile der Zeitungen aus? Wie groß ist die Themenkongruenz? Eine wesentliche Leistung der Tageszeitungen besteht darin, überregionale Themen für die Region aufzubereiten, also deutlich zu machen, was beispielsweise für Mecklenburg-Vorpommern relevant ist. Daher haben wir uns die Frage gestellt, welchen Regionalbezug die Beiträge aufweisen. Wie steht es um die Qualitätsstandards? Und hat sich die Berichterstattung verändert?

Dazu haben wir eine Inhaltsanalyse durchgeführt – qualitativ und quantitativ. Wir haben die

drei großen Zeitungen von Schleswig-Holstein ausgewählt: das Flensburger Tageblatt, die Kieler Nachrichten und die Lübecker Nachrichten. Und in Mecklenburg-Vorpommern entsprechend Nordkurier, Ostsee-Zeitung und Schweriner Volkszeitung und haben zwei Untersuchungszeiträume definiert: 2003 und 2008, so dass das zurückliegende Jahr nicht nur ein punktuell Schlaglicht darstellt, sondern man wirklich beobachten kann, ob es sich um deutliche Entwicklungen handelt.

Insgesamt wurden zunächst 108 Ausgaben bzw. 3648 Seiten daraufhin untersucht, wie umfangreich die Berichterstattung in den jeweiligen Zeitungen ist und wie die einzelnen Ressorts vertreten sind.

Im nächsten Schritt haben wir die Themenvielfalt der überregionalen Ressorts untersucht mit insgesamt 48 Ausgaben und 564 verschiedenen Themen, die wir darin gefunden haben.

Und schließlich haben wir die Qualität und Vielfalt der Beiträge untersucht. Dazu wurde das Sample noch weiter reduziert. Untersucht wurden 36 Ausgaben mit 2053 Beiträgen. Bei Qualitätsstandards kann man davon ausgehen, dass sie nicht von Ausgabe zu Ausgabe wechseln. Damit hatten wir wirklich eine breite Datenbasis.

Zu den Ergebnissen: Die erste Frage war für uns, wie es eigentlich mit den Themenprofilen der Zeitungen aussieht. Wir haben die Ressorts einzeln ausgewertet – Politik, Wirtschaft, Sport, Ratgeberseiten. Insgesamt ist Lokales natürlich in den Zeitungen dominant mit sechs bis sieben Seiten im Durchschnitt, gefolgt von Sport. Dann folgen die anderen Ressorts wie Ratgeber, Wirtschaft usw.

Alle Zeitungen haben zwischen 2003 und 2008 ihren Umfang erweitert. Das muss man erst einmal festhalten. Bei gleichzeitiger Reduzierung der Ressourcen. Die Zeitungen in Mecklenburg-Vorpommern liegen dabei insgesamt leicht unter dem Durchschnitt der schleswig-holsteinischen Blätter.

Ausgebaut wurden vor allem die Ressorts Sport

Lokales/Regionales und Ratgeber/Service, ein Angebot, das auch schnell vorproduziert oder produziert werden kann und unspezifisch ist. Das heißt, dass eine Profilierung der so genannten Orientierungsfunktion stattfindet. Man konzentriert sich auf das Regionale im unmittelbaren Umfeld, aber auch auf Privates, wie beispielsweise Wellness.

Anhand der Daten lassen sich auch einzelne Strategien ablesen, die auf neue Leserkreise abzielen: So bietet die Schweriner Volkszeitung inzwischen regelmäßig Angebote für Kinder und Jugendliche, während die Kieler Nachrichten ihr Angebot an Seiten im Bereich Medien/Wissen erweitert hat.

Das Entscheidende für uns war natürlich die Frage der Themenkongruenz der Zeitungen. Ist es tatsächlich so, da die Nachrichtenagenturen im überregionalen Teil eine Rolle spielen, dass überall das Gleiche steht, und daher eine Vereinheitlichung nur einen geringen Verlust an Vielfalt bedeuten würde?

Um die Übereinstimmung bzw. Exklusivität der Berichterstattung zu untersuchen, wurden die Themen von jeweils vier Ausgaben der einzelnen Zeitungen pro Jahr für folgende Seiten und Sparten analysiert: Titelseite, Nachrichten/Meinung/Politik, Wirtschaft, Bundesland und Vermischtes. Als Thema wurde der Berichterstattungsgegenstand eines Beitrags erfasst, zum Beispiel die Klimabeschlüsse beim EU-Gipfel in Brüssel 2008.

Wir erhielten ein überraschendes Ergebnis auf die Frage, wie oft ein Thema in den verschiedenen Zeitungen behandelt worden ist: 57 Prozent der Themen wurden nur in einer Zeitung im überregionalen Teil behandelt, 18 Prozent in zwei Zeitungen, knapp 10 Prozent in drei, der Rest in vier, fünf oder sechs Zeitungen. Nur sieben Prozent der Themen wurden in allen sechs Zeitungen aufgegriffen. Das heißt, dass die Themenkongruenz gar nicht so hoch ist, sondern sich die Zeitungen um eigene Schwerpunkte bemühen, eine eigene Themenauswahl treffen. Von einer identischen Berichterstat-

tung im Überregionalen kann mithin nicht gesprochen werden.

Wir haben zusätzlich eine qualitative Analyse gemacht und per Zufallsprinzip ein Thema herausgegriffen, das durch alle sechs Zeitungen gelaufen ist. Das war die Wirtschaftsrezession am 14. November 2008, also ein Thema mit hoher Relevanz. Wir haben die Berichterstattung hinsichtlich der Inhalte, Darstellungsweisen und der Präsentation genauer angeschaut.

Als erstes ist festzustellen, dass die Berichterstattung – da es sich um ein bundesweites und internationales Thema handelt – erwartbar von den Nachrichtenagenturen abhängt. Das Thema wurde unterschiedlich gewichtet. Alle Zeitungen haben es auf unterschiedliche Weise aufbereitet. Auffällig ist, dass sie eigene Schwerpunkte gesetzt und unterschiedliche Quellen zitiert haben.

Die Art und Weise der Präsentation war sehr verschieden. Um das Spektrum zu zeigen: Der Nordkurier war die einzige Zeitung, die nur die Nachrichtenagenturen abgedruckt hat. Alle anderen Zeitungen haben sich um eine Einordnung bemüht. Die Kieler Nachrichten haben eine eigene Recherche gemacht und die Wirtschaft in Schleswig-Holstein befragt.

Insgesamt ist auffällig, dass zwar eine eigene Gewichtung und Einordnung, jedoch sehr wenig eigene Recherche stattfand. Das deutet darauf hin, dass eine eigene Recherche kaum möglich ist. Dafür versucht man zumindest, diese Orientierungsfunktion zu leisten.

Vor diesem Hintergrund wird aber deutlich, dass eine Angleichung – so wie bei Lübecker Nachrichten und Ostsee-Zeitung, die an dem Tag eine identische Berichterstattung hatten – nicht nur ein gradueller Verlust von Vielfalt darstellt. Wir haben hier praktisch identische Seiten. Das ist ein eindeutiger Verlust von Vielfalt. Der Unterschied zwischen den beiden Zeitungen bestand lediglich darin, dass die Lübecker Nachrichten sechs Bürger in Lübeck ge-

fragt haben, wie sie die Situation einschätzen und die Ostsee-Zeitung sechs Rostocker. Das war auch die einzige Rechercheleistung, wenn man es überhaupt als Rechercheleistung bezeichnen will.

Aber Vielfalt ist nicht das einzige Qualitätskriterium. Ein weiteres Qualitätskriterium sind die Darstellungsformen. Journalisten stehen zum einen berichtende, referierende Formen, also Nachricht und Meldung zur Verfügung, zum anderen: Reportage, Interview, Porträts, Hintergrundstücke, Analysen, Kommentare. Sie haben visuelle Darstellungsformen, die sie nutzen können.

Gerade Reportagen oder Interviews, Feature sind aufwendigere Darstellungsformen, und sie werden auch von den Leserinnen und Lesern geschätzt. Eine abwechslungsreiche Zeitung wird als qualitativ hochwertiger bewertet, als eine, die nur Nachrichten und Meldungen bringt.

Wir haben analysiert, wie es sich denn mit den Darstellungsformen verhält. Die Gesamttendenz ist eindeutig: Die Berichterstattung wird dominiert von Berichten und Meldungen. Alle aufwendigeren Darstellungsformen kommen kaum vor. Bei der Ostsee-Zeitung und den Lübecker Nachrichten haben wir zum Beispiel von insgesamt 500 Beiträgen gerade drei Interviews ermittelt.

Zu den journalistischen Qualitätsstandards gehört der Quellennachweis. Das ist ein ganz simpler Indikator. Damit ist gar nicht gemeint, ob im Beitrag genannt wird, von wem man die Information hat, sondern, ob man angibt, woher die Gesamtinformation ist: Handelt es sich um einen Eigenbeitrag, stammt die Information von einer Agentur oder anderen Quelle oder wurden Agenturinformationen und eigene Informationen verwendet?

Das überraschende Ergebnis für uns war, dass rund in 20 Prozent eine Quellenangabe fehlt. Dieser hohe Anteil kommt von den Lübecker Nachrichten, die in 70 Prozent ihrer Beiträge die Quelle nicht nennt. Das ist einfach handwerklich nicht korrekt.

### Quellen der Tageszeitungen (in %)

	Flensburger Nachrichten	Kieler Nachrichten	Lübecker Nachrichten	Nordkurier	Ostsee-Zeitung	Schweriner Volkszeitung	Durchschnitt
Keine Angabe	15,3	10,3	64,3	7,3	11	17,6	20,5
Agentur	31,2	47,5	10,7	61,1	50,8	50,4	42,6
Agentur/Zeitung	0	1,5	2,4	4,3	4,8	2,3	2,6
Eigenbeitrag	51,7	36	21,3	22,6	27,2	26,1	30,5
nicht bestimmbar	1,9	4,7	1,2	4,6	6,2	3,5	3,7

2053 Beiträge wurden insgesamt untersucht

Die Studie hat insgesamt erbracht, dass der Agenturanteil mit 43 Prozent sehr hoch ist. Dazu kommen die gemischten Agentur-Zeitungsbeiträge mit rund drei Prozent Anteil. Der Anteil der Eigenbeiträge – damit sind die Beiträge gemeint, die entweder durch einen Autor oder ein Kürzel der Zeitung ausgewiesen werden – liegt im Durchschnitt bei fast einem Drittel. Die Anteile unterscheiden sich jedoch signifikant zwischen den Zeitungen.

Zu konstatieren ist also eine hohe Agenturabhängigkeit, aber auch häufig einfach nur fehlende Quellenangaben.

Zur journalistischen Sorgfalt gehört ebenso die Beantwortung der W-Fragen, das heißt in einem Beitrag sollten folgende Informationen genannt werden: Wer ist hier Akteur? Worum geht es? Wann ist das passiert? Wo ist es passiert? Dazu sollte eine Information zu den Umständen und natürlich zum Hintergrund enthalten sein – zumindest bei Berichten. Daher haben wir auch nur die Berichte untersucht.

Während Akteure und Ereignisse oder Sachverhalte durchgängig zur Grundinformation der Berichte gehören, werden Ortsangaben nur in 82 Prozent der Fälle, Zeitangaben lediglich in 73 Prozent der Fälle gemacht. Auch genauere Angaben zu den

Umständen eines Ereignisses (Wie-Frage) fehlen in rund einem Viertel der Beiträge. Eine Erklärung oder Einordnung von Ereignissen ist in rund 78 Prozent der Artikel zu finden.

Von besonderem Interesse ist die Frage nach den Hintergrundinformationen. Bereits bei der Darstellungsform hatten wir festgestellt, dass Hintergrundbeiträge sowie aufwendigere Formen selten vorkommen. Daher hatten wir weiter untersucht, ob Hintergrundinformationen vielleicht im Kontext der Berichte geliefert werden und welche analytische Tiefe diese Informationen aufweisen.

Mehr als zwei Drittel aller Berichte weist keine Hintergrundinformationen auf, bei jedem sechsten Bericht ist die analytische Tiefe gering. Lediglich 13 Prozent der Berichte bieten vertiefende Informationen.

Als mittlere analytische Tiefe wurde dabei gewertet, wenn in einem Bericht mehr als zehn Zeilen der Analyse gewidmet sind. Als gering wurde die analytische Tiefe eingestuft, wenn diese Analyse kürzer als zehn Zeilen ist.

Neben der Themenkongruenz zwischen den Zeitungen haben wir auch die Vielfalt der Themen innerhalb der Zeitung unter die Lupe genommen. Eine entscheidende Leistung von Regionalzeitun-

gen liegt neben der spezifischen Regional- und Landesberichterstattung darin, die nationalen Themen aufzugreifen, die für eine Region oder ein Bundesland von besonderem Belang sind. Ein Indikator für diese Leistung ist es, wenn die Zeitungen diese Themen regional aufbereiten.

Wir haben den regionalen Bezug in überregionalen Beiträgen analysiert: Über ein Drittel der Beiträge stellen einen regionalen Bezug her. Wir interpretieren das als Anzeichen, dass man sich bemüht, die Information für die Region aufzubereiten.

Ich möchte die Ergebnisse zusammenfassen: Insgesamt hat die Inhaltsanalyse zur Qualität und Vielfalt der Tageszeitungen in Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein deutlich Befunde erbracht, die auf einen Vielfaltsverlust durch die Zusammenlegung von Redaktionen und auf Qualitätsdefizite bei den Zeitungen insgesamt hinweisen.

Die Angebote der sechs untersuchten Tageszeitungen wurden seit 2003 ausgeweitet, einzelne Ressorts, wie beispielsweise Lokales oder Ratgeberseiten, sind umfangreicher geworden. Auf den ersten Blick scheint das Angebot für Leserinnen und Leser damit noch attraktiver und serviceorientierter. Doch relativ gleich geblieben sind die Umfänge der für die Leserinnen und Leser ebenfalls relevanten Ressorts wie Wirtschaft oder Politik.

Die sechs untersuchten Zeitungen hängen zwar in der überregionalen Berichterstattung in hohem Maß von den Nachrichtenagenturen ab, sie setzen aber nach wie vor deutlich eigene Themenschwerpunkte und bereiten die Informationen unterschiedlich auf. Die Themenkongruenz ist relativ niedrig. In gut einem Drittel der Beiträge über nationale Themen und Ereignisse wird zudem ein eigener regionaler Bezug hergestellt. Die Zusammenlegung von Redaktionen führt somit nicht zu einer

weiteren, graduellen Angleichung bereits ähnlicher Inhalte, sondern zu einem deutlichen Verlust von Vielfalt. Die Analyse ergab zudem, dass sich die Berichterstattung in den Lübecker Nachrichten und der Ostsee-Zeitung vor allem in der Art und Weise der Aufbereitung des Themas von den anderen Zeitungen unterschied.

Die Qualität der Berichterstattung weist in allen Blättern Schwachpunkte auf: Meldungen und Berichte dominieren, aufwendigere Darstellungsformen wie Reportagen, Features, Porträts sind ausgesprochen selten. Damit fehlen nicht nur eigene zusätzliche Informationsleistungen, die Berichterstattung erscheint damit auch wenig abwechslungsreich für die Leserinnen und Leser. Allein kommentierende Formen sind noch nennenswert vertreten.

Dazu kommen Schwächen in der journalistischen Sorgfalt, die sich anhand einzelner Indikatoren beobachten lassen: Quellenangaben sind teilweise

nicht vorhanden, W-Fragen werden nicht vollständig beantwortet, eine analytische Tiefe der Beiträge fehlt.

Insgesamt legen die Befunde den Schluss nahe, dass diese Defizite auf fehlende Ressourcen zurückzuführen sind. Bei fast allen Tageszeitungen in den beiden Bundesländern wurden im vergangenen Jahrzehnt Stellen und Etats in den Redaktionen gekürzt. Professioneller Journalismus, der die Qualitätserwartungen der Leserinnen und Leser erfüllt, zeichnet sich jedoch durch ausreichende Ressourcen aus.

Zu befürchten ist, dass, wenn die Vielfalt und Qualität schwindet, die Leserschaft dieser Entwicklung leider folgt.

*Der ausführliche Bericht zur Studie kann als elektronisches Dokument per E-Mail angefordert werden: [post@qualitaet-und-vielfalt-sichern.de](mailto:post@qualitaet-und-vielfalt-sichern.de)*

Dr. Karina Becker

# Wenn Existenzangst lähmt

## Ohne Mitbestimmung schwindet Kreativität

Ich beginne mit einer knappen Erläuterung zum Wandel in der Arbeitswelt an Hand eines Vorher-Nachher-Vergleichs, um so klar zu machen, was sich heute nach der Logik des derzeitigen Marktkapitalismus geändert hat. Im Anschluss daran werde ich zwei Möglichkeiten des Umgangs mit Unzufriedenheit und deren Implikationen erläutern. In einem nächsten Schritt werde ich ein theoretisches Interpretationsangebot vorstellen, das Konzept der Marktgrenzenverschiebung, mit denen man diesen Wandel in der Arbeitswelt gut fassen kann. Ich werde das an Hand des Wandels betrieblicher Steuerungsformen plastisch machen und in einem letzten Schritt danach fragen, welche Möglichkeiten es gibt, mit Unzufriedenheit umzugehen: mit Exit oder mit Voice.

Den Fordismus, wie man die Gesellschaftsformation der Nachkriegszeit bis etwa Ende der 70er Jahre nennt, ist – schlaglichtartig – durch folgende Merkmale gekennzeichnet: Durch eine sozialstaatliche Absicherung, durch starke Gewerkschaften und Betriebsräte, durch ein Tarifvertragswesen, um die Konkurrenzsituation der Lohnarbeiten zu verbessern, durch den Schutz der „Ware Arbeitskraft“, zum Beispiel durch einen relativ starken Kündigungsschutz und alles in allem ein relativ hohes Regulierungsniveau. Berücksichtigt werden nicht nur die Interessen der Kapitalgeber. Man fühlt sich zudem auch anderen Anspruchsgruppen, nämlich den Stakeholdern, verpflichtet. Dazu zählen etwa Kunden, Beschäftigte, aber auch Orte, die auch einen Anspruch darauf haben, dass die Industrie ihre Orte eben nicht verschmutzt. Und diese Errungenschaften führten zu einem zunehmenden Wohlstand für alle.

Der Soziologe Ulrich Beck hat das den Fahrstuhl-effekt genannt. Damit meinte er, dass trotz aller bestehenden horizontalen Ungleichheiten es für alle eine spürbare Verbesserung der Lebensbedingungen gibt. Das heißt, das gesamte soziale Gefüge fährt eine Etage höher.

Kennzeichnend für den derzeitigen Marktkapitalismus ist eine Angebotspolitik, das heißt prioritäres Ziel ist, die Rahmenbedingungen für die Angebotsseite, also für die Unternehmer, zu verbessern, was einschließt, dass man auf Eingriffe des Staates weitgehend verzichtet. Dieser Aspekt wird im Zuge der Finanzkrise und des offensichtlichen Versagen des Marktes derzeit kontroverser diskutiert, als das in den letzten Jahren der Fall war.

Die Liberalisierung der Kapitalmärkte ist charakterisiert durch die Aufhebung von Handelsbeschränkungen – Weltbank und IWF, die zentralen internationalen Institutionen haben sich diesem Ziel verschrieben. Die Privatisierungswut ist jetzt auch bei den Städten, den Kommunen und Gemeinden angekommen. Zentrale Infrastrukturleistungen wurden privatisiert, Krankenhäuser, die Wasserversorgung etc. Die Entwicklung in Richtung Shareholder-Kapitalismus, das heißt das Diktat des Kapitals in praktisch allen Lebensbereichen, ist offensichtlich. Im Marktkapitalismus geht es primär darum, kurzfristige Renditeforderungen zu bedienen.

Diese Entwicklung führt zu einem Schereneffekt. Das bedeutet, es kommt zu einer Auseinanderentwicklung des sozialen Gefüges. Es gibt einen großen Teil, dem es insgesamt ökonomisch schlechter geht. Nur ein kleiner Teil partizipiert von den Entwicklungen des Marktkapitalismus.

Ich greife einen Aspekt aus der Grundlogik heraus – nämlich den der Unzufriedenheit. Ganz allgemein Unzufriedenheit beispielsweise des Unternehmers über den Output. Aber auch Unzufriedenheit des Kunden über ein Produkt. Es meint aber auch die Unzufriedenheit eines Unternehmens, etwa über die Standortbedingungen.

Auf Unzufriedenheit kann man mit zwei Möglichkeiten reagieren: Zum einen mit „Voice“, das heißt die Stimme erheben, sich beteiligen, durch Partizipation, Mitbestimmung beispielsweise betriebliche Mitbestimmung oder durch bürgerschaftliches Engagement.

Die andere Variante ist die, auf den Markt zu setzen. Das bedeutet „Exit“. Angestrebt wird dann nicht etwa eine Verbesserung der Situation oder des Produktes. Sondern ein simpler Wechsel des Tauschpartners. Nämlich dort wo man die bessere Alternative vermutet.

Kennzeichnend für den Marktkapitalismus ist, dass die Exit-Variante immer mehr in den Vordergrund geschoben wird. Selbst Politiker reden davon, dass sie Manager sind. Das heißt also, Exit gewinnt immer mehr an Oberhand. Typische Formen dieser Exit-Logik sind in vielen Bereichen sichtbar. In den letzten Jahren kam es zu einer Abnahme regulärer Arbeitsvertragsformen, das heißt fester unbefristeter Vollzeitverträge. Sie werden ersetzt durch prekäre Beschäftigungsverhältnisse, mit denen – der Marktrhetorik folgend – ein Freiheitsgewinn verbunden sein soll.

Die extremste Variante sind die sogenannten Werkverträge, bei denen lediglich ein Produkt oder eine Leistung eingekauft wird, die zuvor im Betrieb selbst erbracht worden war. Damit ersetzen Unter-

nehmen fixe Personalkosten durch variabel anfallende Kosten für das zu erbringende Werk und entledigen sich im gleichen Zug auch sämtlicher Risiken, zum Beispiel durch Marktschwankungen, aber auch sämtlicher Pflichten, beispielsweise der Zahlung von Sozialversicherungsbeiträgen.

Welche Folgen hat die Ausbreitung des Exit-Verhaltens im Marktkapitalismus? Zum einen: Alles und jeder wird tendenziell zur Ware – bis hin zur Gesundheit. Zum anderen sinkt die Verpflichtetheit. Es geht ja nicht um eine Verbesserung der Situation, in die man investieren muss, wenn man auf Langfristigkeit setzt. Sondern man schaut sich nach einer Alternative um. Kennzeichnend dafür ist eine Kurzfristorientierung, die beispielsweise dazu führt, dass der Unternehmer nicht mehr in seine Beschäftigten investiert.

Bereits an diesem Punkt wird deutlich, dass es auch riskant sein kann, sich auf diese Exit-Logik einzulassen. Es kann aber auch attraktiv sein für den Beschäftigten: Man befreit sich beispielsweise aus den Zwängen bürokratischer Organisationen. Es locken Freiheitsgewinne, die begünstigend auf die Freisetzung und Entfaltung von Kreativität wirken können. Was dabei aber oft vergessen wird, ist, dass der Markt keine Demokratie ist, sondern von ungleichen Machtverhältnissen bestimmt wird. Am Markt hat nur der Freiheit, der die Macht hat. Beispielsweise auf Grund einer stark nachgefragten spezifischen Qualifikation, wie es bei Journalisten der Fall ist. Das ganze hat also zwei Seiten.

Puffer verschwinden im Arbeitsalltag. Es kommt zu einer Verdichtung von Arbeit. Die Arbeitsanforderungen steigen. Nur was quantifizierbar ist, zählt etwas. Dahinter steckt die Logik: Für Exit muss

man vergleichen können. Man muss quantifizieren können. Wenn man aber nur noch nach Kennzahlen bewertet und zunehmend auch entlohnt, wird man einer qualifizierten Tätigkeit nicht gerecht werden – mit fatalen Auswirkungen für die Kreativität. Unter diesen Bedingungen geht – etwa im Journalismus – die Qualität zurück, wenn man nur noch auf Massenmärkte setzt: Dicke Bretter werden dann nicht mehr gebohrt.

Anders als die Sachzwanglogik des Marktes häufig suggeriert, handelt es sich dabei um keine naturwüchsige Entwicklung. Das ganze ist nicht anonym, sondern es stehen dahinter interessengeleitete Akteure, die diese Marktzentrierung aktiv vorantreiben. Das Ganze ist keine Einbahnstraße. Diese Prozesse sind umkehrbar.

Das Konzept der Marktgrenzenverschiebung erklärt die Vorgänge: Typisch für das fordistische Produktionskonzept war, dass man die Produktionsökonomie, also die Unternehmen gegenüber den Unwägbarkeiten des Marktes, also Nachfrageschwankungen weitgehend abgeschottet hatte. Heute geht es umgekehrt darum, den Markt zum Referenzpunkt aller unternehmensinternen Prozesse zu erklären.

„Der Markt gibt vor“, sagt der Manager, „lasst euch etwas einfallen.“ Auf der Ebene des Absatzmarktes sind das die Kunden, die ein spezifisches Produkt in einer bestimmten Form, Farbe oder ähnliches nachfragen zu einem bestimmten Preis. Auf der Ebene der Kapital- und Finanzmärkte bezieht sich die Marktanbindung auf die Renditeerwartung der Investoren.

Damit werden die Marktgrenzen immer tiefer in das Unternehmen geschoben. Wie in einer technischen Explosionszeichnung stellt der typische Manager sich ein Unternehmen vor. Das heißt, das Unternehmen kann in verschiedene Bauteile seziiert werden.

Auf der Ebene der Organisation sind das Organisationseinheiten. Ziel des Ganzen ist, einzelne Or-

ganisationseinheiten in kurzen Zeitabständen betriebswirtschaftlich durchleuchten zu können und so das Verhältnis von Risiken und Gewinnerwartungen möglichst genau abschätzen zu können.

Ein amerikanisches Management-Handbuch stellt eine – aus Sicht der Manager – perfekte Firma so dar: Was früher Abteilungen eines großen Unternehmens waren, sind jetzt Dienstleister. Die Beschäftigten begegnen sich nicht mehr als Kollegen, sondern als Kunden, die verschiedene Unternehmenseinheiten repräsentieren. Es geht darum, sicherzustellen, dass sich jede Unternehmenseinheit betriebswirtschaftlich rechnet. Quersubventionierungen sollen vermieden werden. Dies geschieht auch auf der Subjektebene, auch die Beschäftigten werden im Marktkapitalismus viel unmittlbarer mit dem Markt konfrontiert. Verbunden damit ist eine Externalisierung von Kosten und Risiken.

Ebenfalls in einem amerikanischen Management-Handbuch werden „zehn Gebote“ eingeführt, nach denen ein so genannter Intrapreneur, also ein Unternehmer im Unternehmen, handeln soll. Das ist ein Rollenmodell. Die Beschäftigten sollen sich verhalten, als wären sie selbst ein Unternehmer. Sie sollen den eigenen Wert für das Unternehmen hinterfragen und gegebenenfalls auch folgende Konsequenz ziehen: Jeden Tag bereit sein, gefeuert zu werden! Der Rollenwiderspruch liegt natürlich darin, dass man wie ein Arbeitnehmer zur Arbeit kommen soll, aber denken soll wie ein Unternehmer.

Die enge Rückkopplung des einzelnen Beschäftigten an den Markt lässt sich am besten in Kontexten realisieren, in denen die elektronische Rückkopplung von Leistungen am weitesten fortgeschritten ist. Das Beispiel einer schwedischen Internetzeitung veranschaulicht diese Tendenz und ihre Konsequenzen: Die „Tageszeitung“ berichtete unter der Überschrift „Die schwedischen Klick-Huren“ über das dortige neue Entlohnungsmodell, bei-

dem die Zahl der Leser darüber entscheidet, wie viel der Autor an einem Artikel verdient. Und je öfter ein Beitrag angeklickt wurde, umso höher fiel die Entlohnung aus.

Der Herausgeber dieser schwedischen Zeitung begründete dieses Modell und seine Incentivestrukturen ganz der Logik der Marktzentrierung folgend: Unser Lohnsystem soll widerspiegeln, wie tüchtig jemand ist, wie viele tatsächlich an dem interessiert sind, was der Mitarbeiter produziert. Das ist ein einfaches Lohnsystem, und wir sind ein kommerzielles Produkt.

Neben einem Grundlohn von ca. 1500 Euro brutto besteht also – abhängig vom Erfolg – die Möglichkeit des Aufstockens. Aus der umgekehrten Perspektive betrachtet: Um auf eine Entlohnung von durchschnittlich 3000 Euro zu kommen, muss man im Unterschied zu traditionellen Beschäftigungsverhältnissen den erfolgsabhängigen Lohnanteil selbst erwirtschaften, indem man berichtet, was die Leute eben so interessiert, also ein marktfähiges Produkt erstellt.

In der Konsequenz heißt das, dass die betroffenen Journalisten neue Strategien wählen müssen, um auf die Höhe des vormaligen Festgehaltens zurückkehren zu können. Und auch hier sind zwei Reaktionen denkbar. Zum einen – so die Hoffnung – Voice: Die Leser beschwerten sich beispielsweise in Form von Leserbriefen darüber, dass die Mitarbeiter vor allem Nachrichten anderer Publikationen ab- und umschreiben. Was nicht verwundert, weil die Mitarbeiter täglich im Schnitt zehn bis 15 Texte produzieren müssen.

Eine andere Möglichkeit auf solch eine Form zu reagieren, ist Exit. Das heißt, man wechselt das Blatt, man wechselt die Zeitung.

Den höchsten Bonus nach jener Klick-Statistik konnte im Übrigen der Verfasser eines Artikels verbuchen, der die Moderatorin eines Einrichtungsprogramms im schwedischen Fernsehen in einer Badewanne zeigte. Was sich hier zeigt, ist ein

zweckrationaler Umgang mit den neuen Leistungsvorgaben, der dazu führt, dass der Produktionsprozess quantitativ ausgeweitet wird und qualitativ vereinfacht wird, indem also keine eigene aufwendige Recherche mehr durchgeführt wird und Boulevard-Themen bevorzugt werden.

Es ist ein klassisches Problem des Managements, eingekaufte Arbeitskraft möglichst gewinnbringend in Arbeitsleistung zu transformieren. Was man sich mit dem Arbeitsvertrag einkauft, ist ja relativ unbestimmt. Man kann diese Unbestimmtheit durch Stellenbezeichnungen eingrenzen, aber man kann nie sichergehen, was man sich tatsächlich einkauft. Darauf reagiert das Management mit unterschiedlichen Strategien, beispielsweise mit bestimmten Führungsstilen.

Im Fordismus wurde diesem Transformationsproblem wie folgt begegnet: Das Entgelt, das heißt der Preis für die Ware Arbeitskraft und die Arbeitszeit waren vertraglich geregelt. Für das Management bestand das Risiko, in der Qualität und dem Preis des Produktes, das abgesetzt werden muss.

Im Marktkapitalismus wird das Transformationsproblem – eingekaufte Arbeitskraft in konkrete Arbeitsleistung transformieren – auf die Beschäftigten verlagert. Geregelt, also vorgegeben, ist nunmehr wiederum der Preis. Allerdings nicht mehr der Preis für die Ware Arbeitskraft, sondern der Preis des herzustellenden Produktes gemessen am Marktpreis sowie das Produkt selbst, also die Qualität des Produktes. Variabel ist damit nun plötzlich die Arbeitszeit, die zu seiner Herstellung benötigt wird.

Unter dieser Maßgabe lassen sich durch einfachen Verweis auf die externen Marktvorgaben stets neue Druckszenarien für die Belegschaften aufbauen, denen man im Zuge der direkten Ankopplung an den Markt nicht mehr die Kontrolle über die Qualität des Produktes überlässt, sondern die Risiken des Produktionsprozesses sowie die Lösung dieses Transformationsprozesses überantworten kann.

Also: „Leute, macht mal!“ Das ist die Logik von Projektarbeit. „Das ist das Ziel. Wie ihr dahin kommt, dieses Ziel zu realisieren, ist euer Problem.“ Es ist nicht mehr Aufgabe des Managements, den Prozess durch eine direkte Anweisung bzw. die Schaffung bestimmter Rahmenbedingungen zu unterstützen.

Wohin diese Entwicklung führt, wusste bereits Karl Marx, der schrieb: „Die kapitalistische Produktion verlängert die Produktionszeit des Arbeiters durch Verkürzung seiner Lebenszeit.“ Folgen dieser marktkonformen Steuerung: Burnout-Syndrom, Arbeitssucht, die Grenze zwischen Arbeits- und Lebenswelt verschwimmt zusehends. Man muss ständig am Handy erreichbar sein. Man kann nicht abschalten, wacht am Sonntagmorgen auf und denkt an das fertig zu stellende Projekt. Phänomene des Arbeitens ohne Ende – psychische Erkrankungen.

Wie sehr diese Logik bereits gesellschaftliche internalisiert ist, will ich an Hand eines Beispiels verdeutlichen: Da ist die Werbung für ein homöopathisches Mittel, wie es auch gerne Kindern verschrieben wird, das zur Stärkung des Immunsystems beitragen soll. Das Entscheidende ist, mit welchen Argumenten geworben wird: Ausfallen wegen eines Infekts könne sich kaum noch einer heute leisten. „Die gute Nachricht: Wer Atemwegsinfekte mit dem Umckaloabo-Pflanzenextrakt bekämpft, ist früher wieder einsatzbereit.“ „Fehlzeiten in Beruf oder Schule können verkürzt werden.“

Das ist ein Beispiel dafür, wie stark die Marktlogik in der Gesellschaft bereits verbreitet ist.

Ich werde Ihnen jetzt drei Beispiele präsentieren, bei denen die Marktgrenzen erfolgreich zurück verschoben wurden.

Das erste Beispiel: Teil der dargestellten Veränderungen in der Arbeitswelt ist, dass Formen einer Selbstbewirtschaftung der eigenen Gesundheit schleichend Einzug in die Unternehmensorganisation halten. Der ideale Beschäftigte ökonomisiert sich bzw. ökonomisiert seine Gesundheit, stellt seine Arbeitskraft ganz in den Dienst des Unterneh-

mens, hält seine Ausfalltage möglichst gering, insistiert nicht in kostenaufwändige Arbeits- und Gesundheitsschutzmaßnahmen etc.

Die Bedingungen zur Reproduktion der Arbeitskraft zu schaffen, obliegt nicht mehr dem Unternehmer, sondern sollen von den Beschäftigten eigenverantwortlich übernommen werden.

Diese Tendenz, den Beschäftigten eine effiziente und eigenverantwortliche Bewirtschaftung ihrer Gesundheit abzuverlangen, lässt sich auf betrieblicher Ebene gut beobachten. Nehmen Sie das Beispiel der Krankentrückkehrgespräche, in denen nachgebohrt wird, warum denn überhaupt ein Ausfall sein musste.

Es lässt sich aber auch in gesellschaftspolitischen Forderungen wie jener des DIHK-Präsidenten nach einer Beteiligung der Betroffenen an krankheitsbedingten betrieblichen Kosten ablesen. Hier wird gefordert, im Krankheitsfall für die ersten beide Tage auf Lohnfortzahlung zu verzichten.

Was kann man dagegen tun, welche arbeitspolitischen Lösungsstrategien bieten sich an?

Worum es gehen muss, ist Gesundheit als relevantes Thema im Betrieb zu platzieren, die Beschäftigten für diese Thematik zu sensibilisieren und sie auch an der Verbesserung ihrer Arbeitsbedingungen zu beteiligen. In diesem Fall formulierte der Betriebsrat das Ziel der Durchführung einer umfassenden Gefährdungsbeurteilung, die gegebenenfalls – wenn der Unternehmer sich weigert – per Einigungsstelle durchgesetzt werden muss.

Die gesetzlichen Grundlagen für dieses Instrument der Gefährdungsbeurteilung sind vorhanden. Das 1996 novellierte Arbeitsschutzgesetz schreibt vor, dass jeder Arbeitgeber jeden Arbeitsplatz im Unternehmen hinsichtlich seiner Belastungen erfassen und Maßnahmen zum Abbau dieser Belastungen einleiten muss. Und in diesem Prozess der Gefährdungsbeurteilung hat der Betriebs- oder Personalrat umfassende Mitbestimmungsrechte.

Auch das Betriebsverfassungsgesetz selbst bietet

Möglichkeiten der Realisierung von Beteiligungsprozessen. Ich denke da etwa an den § 80, Absatz 2, Ziffer 3, also die Einberufung interner Sachverständiger, die für solch ein Projekt zur Realisierung der Gefährdungsbeurteilung von ihrer Arbeit freigestellt werden können und in dieser Zeit auch dem Kündigungsschutz unterliegen.

Der zweite Modernisierungsimpuls des Arbeits- und Gesundheitsschutzes liegt darin, dass in dem Arbeitsschutzgesetz erstmals die Erfassung psychischer Belastungen verankert wurde. Dazu gehören Sachen wie Leistungsdruck, Arbeitsverdichtung, aber auch Fragen der Transparenz und Kommunikation der Geschäftsleitung.

Das Entscheidende ist, dass man über dieses Instrument, über die gesetzliche Vorschrift psychische Belastungen zu erfassen, als Betriebsrat Mitbestimmung in Feldern hat, zu denen man vorher keinen Zugang hatte. Also Fragen der Arbeitsorganisation, Investitionslenkung usw.

Das zweite Beispiel stammt aus dem Reinigungsgewerbe, aber durchaus auch zur Nachahmung und vor allem zum Mutmachen geeignet. In diesem Beispiel wurden in den letzten Jahren eine Reihe „marktkonformer“ Einsparstrategien realisiert.

Das Entgeltsystem wurde von Zeit- auf Objektlohn umgestellt. Die Fahrzeiten zwischen den zu reinigenden Gebäuden – das sind bis zu sechs am Tag – fallen dabei nicht mehr in die Arbeitszeit, sondern müssen von den Beschäftigten zusätzlich eingebracht werden. Die Reinigungsmittel müssen die Beschäftigten selbst beschaffen und zahlen. Das Urlaubsgeld wurde gestrichen, Lohnfortzahlung im Krankheitsfall reduziert etc.

Das Fass zum Überlaufen brachte dann die Weigerung des Managements, für die Impfkosten der Beschäftigten – und das bei Reinigungsarbeiten in ansteckungsgefährdeten Umgebungen – aufzukommen.

Infolgedessen – das ist ganz selten in dieser Branche – kam es zur Bildung eines Betriebsrates, der

das Management mit den entsprechenden Forderungen konfrontierte. Als das nicht fruchtete – das ist das Entscheidende und das Clevere dieser Voice-Strategie – verhandelte der Betriebsrat nicht mehr mit dem Management, sondern wandte sich an den Nachfrager der Dienstleistung.

Das ist ein Krankenhaus, das überhaupt kein Interesse an negativer Publicity hatte, schon deshalb, weil sich die Reinigungskräfte anstecken konnten. Dieses Vorgehen hatte tatsächlich Erfolg. Der Eigentümer der Reinigungsfirma kam den Forderungen der Beschäftigten nach.

Ein letztes Beispiel stammt von einer von der Notwendigkeit eines nachhaltigen Arbeits- und Gesundheitsschutz überzeugten Sicherheitsfachkraft eines Elektronikkonzerns. Aber es ist auch auf andere Branchen übertragbar.

Im Rahmen einer Reorganisation wurden alle Unternehmensbereiche bis hin zur Abteilung des Arbeits- und Gesundheitsschutzes mit eigener Budget-Verantwortung versehen. Mit geradezu paradoxen Konsequenzen. Die Sicherheitsfachkraft, die wir im Rahmen eines Projektes interviewt haben, schilderte das wie folgt: „Wenn ich nun als Sicherheitsfachkraft in einer Abteilung bemängeln, dass eine Maschine zur Absicherung umgebaut werden muss, dann stellt dies Kosten für die Abteilung dar, die direkt auf die Gehaltshöhe der Beschäftigten und auf meine Gehaltshöhe durchschlagen. Wenn ich also als Sicherheitsbeauftragter zur Erfüllung meiner Aufgabe Kosten für den Arbeits- und Gesundheitsschutz verursache, sinkt automatisch in der Folge mein Gehalt.“ Das heißt, hier wurden selbst die für die Sicherheit im Unternehmen Verantwortlichen mit Negativ-Incentives zum Stillhalten angeregt.

Um sich gegen diese Perversion in einem Großunternehmen zu wehren, stärkte die Sicherheitsfachkraft die eigene Position bei den Sicherheitsinspektionen, indem sie externe Experten einbezog. Als es beispielsweise um die notwendige Erneue-

zung einer Sprinkleranlage ging, holte sich die Fachkraft den Sachverständigen der zuständigen privatwirtschaftlichen Brandschutzversicherung dazu, der dann eben vom Management verlangen musste, die Investition, anders als vom Management geplant, doch nicht mehr aufzuschieben. Ein sehr cleverer Umgang: Man macht sich die Logik des Marktkapitalismus zu eigen und wendet sie an.

Das Ergebnis war, dass die Brandschutzanlage erneuert wurde und die Kosten weder der Abteilung

noch der Sicherheitsfachkraft selbst – das hätte sie 2000 Euro im Monat gekostet – in Rechnung gestellt wurden.

Diese Sicherheitsfachkraft resümierte: „Wenn ich als Sicherheitsfachkraft wirklich etwas bewegen will, brauche ich andere, um Druck aufbauen zu können.“

Um Marktgrenzen tatsächlich wirkungsmächtig zurückzuschieben, müssen die Akteure über eine zentrale Machtressource verfügen, nämlich die der Konfliktfähigkeit. Das bedeutet, die Interes-

senvertreter müssen, um handlungsmächtig Voice zu üben, konfliktfähig sein.

Sie müssen dazu über Analysekompetenz verfügen, ihre Entscheidungen und deren Konsequenzen fundiert abschätzen können – von Anfang bis zum Ende. Man muss sich eine innerbetriebliche Diskurshoheit schaffen. Das heißt, man muss über die gesetzlichen Handlungsmöglichkeiten, beispielsweise im Falle des Arbeits- und Gesundheitsschutz, gut Bescheid wissen, um auf Augenhöhe

mit dem Management verhandeln zu können.

Außerdem empfiehlt es sich, den Weg der Beteiligung zu gehen. Das heißt, bestimmte Entscheidungen und Prozesse tatsächlich auf eine breitere demokratische Basis zu stellen, um sich auch des Rückhalts der Beschäftigten zu vergewissern.

Schließlich bedarf es einer strategischen Handlungsfähigkeit, um diese Voice-Strategien tatsächlich erfolgreich und in aller Konsequenz und bis zum Schluss durchsetzen zu können.

Martin Dieckmann

# Mit dem Wettbewerb stirbt auch die Publizistik

## Wo hilft und wo fehlt Regulierung?

Was ist Regulierung in unserem System von Medien und Presse? Wo fehlt sie und wie könnte sie aussehen? Ein entscheidender Begriff ist hier schon gefallen, jener vom Doppelcharakter der Presse. Presse ist einerseits Wirtschaftsgut und andererseits Kulturgut – oder eben öffentliches Gut. Als Kulturgut gehört sie der Öffentlichkeit.

Entsprechend dieses Doppelcharakters gibt es auch zwei grundverschiedene Bereiche von Regulierung. Da ist einerseits das Wirtschaftsgut, das mit dem Wirtschaftsrecht und insbesondere dem Wettbewerbsrecht zu tun hat. Dafür ist das Kartellamt zuständig. Als öffentliches Gut unterliegt es dem Bereich des Medienrechts. Auffällig ist in Deutschland: während diese öffentlichen Güter im Bereich der elektronischen Medien einer sehr weitgehenden Regulierung unterliegen, gilt das für die Presse so gut wie gar nicht. Es gibt Landespressegesetze, aber die normieren im Wesentlichen die einzelnen Presseobjekte, nicht die Vielfalt, nicht Verhinderung von vorherrschender Meinungsmacht. Warum ist das so? Will es die Verfassung so – oder wer und warum?

Die Medienfreiheiten nach Artikel 5 Grundgesetz – Pressefreiheit, Rundfunkfreiheit, Filmfreiheit – enthalten nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts drei Essentials der Medienordnung in Deutschland: 1. Informationsfreiheit, Recht auf freien Informationszugang, 2. Gewährleistung von Vielfalt und 3. Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht.

Aus diesen Verfassungsnormen geht hervor – und ist ständige Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts –, dass die Gesetzgeber, im Fall der Presse sind das die Landesparlamente, eine „positi-

ve Medienordnung“ zu schaffen haben, in denen mindestens diese drei Grundsätze gewährleistet werden. Es ist also nicht so, dass nur der Rundfunk diesen Normen unterliegt. Warum die Presse bislang jedoch so wenig medienpolitische und medienrechtliche Aufmerksamkeit gefunden hat, darauf komme ich noch.

Zunächst möchte ich eingehen auf den Unterschied zwischen Wirtschafts- und Medienrecht in der Frage der Regulierung, dann auch mit Verweis auf die aktuelle Kontroverse um das Kartellrecht. Man kann den Unterschied zwischen Wirtschafts- und Medienrecht an einem Beispiel erläutern.

Stellen Sie sich einmal vor, ein Kandidat einer neu gegründeten Partei wäre 2005 bei den Bundestagswahlen von der örtlichen Monopolpresse ignoriert worden oder hätte sich nicht ausreichend in der Berichterstattung wiedergefunden. Was tut dieser Kandidat? Er schreibt an das Bundeskartellamt und beschwert sich über das Pressemonopol in seinem Wahlkreis.

Die Antwort des Kartellamtes ist leicht zu geben: Es ist dafür nicht zuständig. Warum? Weil es für Märkte zuständig ist, egal ob für Zahnpasta oder Zeitungen. Es ist nicht zuständig für Meinungsvielfalt, sondern Produktvielfalt.

Beim Medienrecht dagegen geht es um Inhalte und die Wirkung der Inhalte – Stichworte hier: Vielfalt und Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht. Es ist, verlagskaufmännisch ausgedrückt, der Unterschied zwischen der verkauften Auflage und der Reichweite.

Im Zeitungsgeschäft gibt es für das Kartellrecht im Wesentlichen zwei relevante Märkte: Das sind die Lesermärkte, sofern Produkte verkauft bezie-

hungsweise abonniert werden. Und das sind die Anzeigenmärkte, wo die Anzeigenkunden als „Verbraucher“ gelten. Nun muss man sehr genau hinschauen, wo und wann und wie das Kartellrecht greift, um die Kontroversen ums Kartellrecht in der Presse zu verstehen.

Abstrahieren Sie zunächst einmal von Zahnpasta, Zeitungen und Zeitschriften. Stellen Sie sich vor, ein Unternehmen will ein anderes Unternehmen. Dann schreibt das Kartellrecht vor: Wenn die beteiligten Unternehmen zusammen einen Umsatz von weltweit 500 Millionen Euro erzielen, dann ist diese Übernahme beziehungsweise der Zusammenschluss beim Kartellamt anzumelden.

Das Kartellamt prüft in diesem Fall, ob auf einem der relevanten Märkte vorherrschende Marktmacht entsteht oder verstärkt wird. Ist dies der Fall, muss in einem zweiten Schritt geprüft werden, ob auch trotz dieser Marktmacht wettbewerbsfördernde Effekte entstehen.

Diese Regeln gelten für Zahnpasta, Schuhe, Automobile und fast alle Produktmärkte.

Nun haben Sie alle schon einmal von der so genannten Pressefusionskontrolle gehört. Also einer Sonderbestimmung im Kartellrecht für die Presse. Was hat es damit auf sich? Es handelt sich um eine ganz knapp formulierte Klausel im Kartellrecht – dem Gesetz gegen Wettbewerbsbegrenzungen (GWB) –, wonach für die Presse, Zeitungen und Zeitschriften, als Aufgreifschwelle für das Prüfverfahren beim Kartellamt das Zwanzigstel der allgemeinen Aufgreifschwelle von 500 Millionen Euro gilt. Also ab einer Umsatzgröße von 25 Millionen Euro. Als die Großverleger – schon in guten Zeiten, im Jahr 2000 – begannen, im Kartellrecht zu boh-

ren, ging es ihnen gar nicht um diese Klausel. Eine ersatzlose Streichung der Presseklausel im Kartellrecht hätte keinen einzigen der großen Streitfälle der jüngsten Vergangenheit – beispielsweise die untersagte Übernahme des Berliner Verlages durch die Holtzbrinck-Gruppe – gelöst. Denn die Großverlage erreichen schon längst die allgemeine Aufgreifschwelle von 500 Millionen Euro. Sie wollten und wollen also das allgemeine Kartellrecht deregulieren, nicht die Sonderbestimmungen für die Presse.

Warum aber haben wir überhaupt die Presseklausel im Kartellrecht? Das hat einen – heute wieder sehr aktuellen – historischen Hintergrund. Bis 1969 sind in der alten Bundesrepublik fast die Hälfte aller Tageszeitungstitel verschwunden, und gleichzeitig nahm die Kapitalkonzentration ungeheuer zu. Unter der damaligen neuen, sozialliberalen Regierung von SPD und FDP wurden dann Initiativen ergriffen zugunsten einer Vielfaltsicherung.

Es folgten Jahre heftiger Auseinandersetzungen, unter anderem mit den Verlegerverbänden. Damals ging es schon um innere Pressefreiheit und ähnliche Fragen. Statt nun, wie es einmal der Ansatz von SPD und FDP gewesen war, dies alles in ein Presserahmengesetz zu bringen, schob man die ganze Problematik auf die Verbände ab: Gewerkschaften, Journalisten- und Verlegerverbände sollten sich um Regelungen kümmern. Noch heute schlummern alte Tarifvertragsentwürfe zu all dem in den Archiven der Verbände. Die medienrechtliche Vielfaltsicherung im Pressebereich blieb also einfach auf der Strecke.

Man kam der Sache dann auf einem Umweg näher, wenn auch auf Krücken. Denn es gab weniger

medienrechtliche als wettbewerbsrechtliche Gründe, sich um Sonderbestimmungen für die Presse zu kümmern. Das allgemeine Kartellrecht hatte nicht ausreichend gegriffen, und so war es klassischem „Ordo“-Wirtschaftsliberalismus geschuldet, dass die Pressemärkte auf diese Weise der Regulierung unterworfen wurden. Erreicht wurde damit immerhin, dass das Titelsterben aufgehalten und auch der Konzentrationsprozess verlangsamt wurde. Aber inhaltliche Vielfalt hat man hiermit nur bedingt retten können. Begrenzt wurde ja nur die Wirtschaftsmacht, nicht die Meinungsmacht.

Ein weiterer Unterschied zwischen den Rechtsbereichen Wirtschaft und Medien ist von Bedeutung. Das Kartellrecht ist Bundesrecht und Bundesangelegenheit, das Presserecht reines Länderrecht. Mit der Föderalismusreform ist auch die Möglichkeit eines Bundesrahmengesetzes für die Presse aus dem Grundgesetz entfernt worden.

Dort, wo es nur länderübergreifend zu regeln ist, wie etwa im Fall des Rundfunks, der ja auch nur reine Ländersache ist, muss die in einem so genannten Staatsvertrag zwischen den Ländern geregelt werden. Für die Auseinandersetzungen von der Art, wie sie hier in Mecklenburg-Vorpommern um die Pressevielfalt und -qualität geführt werden, heißt dies aber auch: Man ist näher dran an den Entscheidern, am Parlament, und diese Kompetenz in eigener Sache ist auch gut, um eigene Schritte autonom angehen zu können.

Damit bin ich bei der Frage angelangt, was und wie und durch wen in medienrechtlicher Hinsicht denn im Pressebereich zu regulieren wäre. Hier haben wir es mit einer Problematik zu tun, die ich bereits vergangenes Jahr – zum Thema innerer Pressefreiheit – ausgeführt habe.

Soll ein Pressegesetz novelliert, erweitert werden, dann muss man sehr genau prüfen, wie viel das Parlament regeln muss und wie wenig der Staat wiederum an Eingriffsmöglichkeiten haben darf. Auf der einen Seite gibt es die Verpflichtung der

Legislative, des Parlaments, eine „positive Medienordnung“ zu schaffen. Auf der anderen Seite müssen die Medien frei sein von Eingriffen insbesondere durch die Exekutive. Dies ist wiederum das Gebot der Staatsferne. Der Staat soll also bitteschön nicht in die einzelnen Inhalte eingreifen, außer sie verstoßen gegen allgemeine Gesetze.

Aber man kann sich auf verschiedenen Ebenen, auf der Legislative wie auf der Exekutive, um die Rahmenbedingungen von Vielfalt kümmern. Allein Transparenz ist hier ein Wert für sich. Es wäre sehr hilfreich, wenn es ein regelmäßiges Berichtswesen über die Presse gibt – es gab dieses Berichtswesen, die „Pressestatistik“, ja bis in die 1990er Jahre. Ein solches Berichtswesen könnte und sollte auch Ergebnisse enthalten wie die hier vorgestellte Studie über die Presse in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern. Dafür könnte der Gesetzgeber unabhängige Kommissionen einrichten und beauftragen, so wie das ja auch für den Rundfunk geregelt ist. Wenn ein solches Berichtswesen eingeführt ist, sollte es sowohl Recht wie Pflicht der Akteure – Verleger, Verbände usw. – sein, dazu Stellung zu nehmen. Dies gehört nicht unbedingt in einen Parlamentsausschuss, sondern kann auf einem eigenen, öffentlich-rechtlichen Weg erfolgen. Im Auftrag des Gesetzgebers aber staatsfern.

Wir brauchen eine unabhängige Beobachtung, Berichterstattung über die Entwicklung der regionalen Presse. Und wir brauchen Institutionen, öffentlich-rechtliche Einrichtungen, in denen auf die Öffentlichkeit, auf „das Öffentliche“ in einer Region geachtet wird. Dies ist eine wichtige Ergänzung zur Einrichtung innerer Pressefreiheit.

Denn mit Redaktionsausschüssen, innerer Pressefreiheit, können Redaktionen nicht den ganzen „öffentlichen Auftrag“ auf die eigenen Schultern laden. Sie könnten aber mit solchen unabhängigen Kommissionen zusammenarbeiten, genauso Stellung nehmen wie Verleger, Verbände, Gewerkschaften, aber auch Kirchen, Sozialverbände, Bür-

gerinitiativen oder Verbraucherzentralen. Dies wäre ein Schritt in die Richtung, dass eine Region ihre Öffentlichkeit in die eigenen Hände nimmt – ohne dem Unternehmer Geld und den Redaktionen Kompetenz zu nehmen.

Wir können die Sicherung von Vielfalt nicht davon abhängig machen, ob es Redaktionsausschüsse gibt, die so arbeiten, wie sie es dem Sinn nach tun sollten. Ich möchte den Bogen sogar noch weiter spannen und bei dieser Gelegenheit auch die Frage beantworten, warum es eigentlich bislang so wenig Regulierung im Bereich der Presse gibt – und so viel im Rundfunk. Damit wird auch klar, warum sich auf Dauer dieses Thema ganz anders stellt und andere als die bisherigen Antworten verdient. Ich meine die Gesamtschau auf Öffentlichkeit in der Region, nicht zuletzt durch das Zusammenwachsen oder zumindest Zusammenwirken der Mediengattungen in der Digitalisierung.

Wir haben es in Sachen mangelnder Vielfaltsicherungen im Pressebereich mit dem zu tun, was ich hier eine „Rechtsfiktion“ nenne. Sie prägt noch immer das Verfassungsrecht und besagt: Wenn es um die Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht geht, dann sind primär im Rundfunkbereich Maßnahmen zur Prävention erforderlich. Denn – und das ist ja auch unstrittig – audiovisuelle Medien tragen zur Meinungsbildung aufgrund ihrer Suggestivkraft, Aktualität und Verbreitung ungleich mehr zur Meinungsbildung bei als die Presse.

Darüber hinaus glaubte man noch in den 1980er Jahren in Karlsruhe die Pressevielfalt in sicheren Händen, wenn sie allein durch Produktvielfalt auf den Märkten einer Selbstregulierung unterläge. Genau hier sagen nun aber auch Verfassungsrechtler, dass dies nicht mehr der Fall wäre, wenn in einer Region ein Pressemonopol entstanden ist und nicht ausreichend für innere Vielfalt in den Monopolblättern gesorgt wird.

Kommt nun die Vielfalt vielleicht durch andere Medien zur Geltung? Interessanterweise hat das

selbe Verfassungsgericht mit einem höchst modernen Urteil – dem Rundfunkurteil vom September 2007 – viele Gründe angegeben, die genau das bezweifeln lassen. Denn in diesem Urteil wird festgestellt, die neue Multimediawelt führe zwar zu einer unglaublichen Vielfalt an Verbreitungswegen, dagegen aber zu einer Verarmung an Inhalten. Ein und derselbe Inhalt, auf allen Kanälen immer wieder abgewandelt, mehr nicht.

Dies führt nun zu der für uns hier wichtigen Frage: Welches Schicksal hat denn, ohne regulierende, steuernde Eingriffe, die Öffentlichkeit einer Region zu erwarten? Stimmt es denn überhaupt, dass das, was in den Tageszeitungen fehlt, anderswo kompensiert wird. Diese Frage nach der Ersetzbarkeit der Tageszeitung – also dem „Substitutionseffekt“ – muss unbedingt verfolgt werden, gehört genau zu jenen Evaluierungsaufgaben einer unabhängigen Medienbeobachtung in einer Region.

Bis heute können wir feststellen: Eine solche Substitution findet faktisch nicht statt, was der Tageszeitung abhanden kommt, fehlt schlichtweg, es fällt weg. Das kann sich aber eine Region, ein Bundesland, überhaupt nicht leisten. Das rührt an die Voraussetzungen von Demokratie in einem sehr grundlegenden Sinne – der täglichen Teilhabe an öffentlichen Belangen. Was also bei rein formaler Medienvielfalt wegfällt, ist die Öffentlichkeit selber.

Ich glaube, die Einrichtung einer solchen unabhängigen Kommission oder einer ähnlichen öffentlich-rechtlichen Institution ist ein höchst moderner Vorschlag, weil er das Schicksal der Tageszeitung mit den modernen Kommunikationsmedien und ihren demokratischen Potenzialen verbindet. Er legt das Schicksal der Öffentlichkeit in einer Region in die Hände derer, die es betrifft – die Bürgerinnen und Bürger. Im Übrigen ist das ja auch ein Projekt, mit dem sich die Landespolitik hier profilieren kann.

Stellen Sie sich nur vor, ausgerechnet Mecklenburg-Vorpommern würde zum Piloten einer Medi-

enpolitik des 21. Jahrhunderts! Dem kann sich doch keine demokratische Partei entziehen! Im Ernst, für ein solches Projekt wirbt man nicht, wenn man sich für die Rettung der Tageszeitung einsetzt. Man erreicht aber eine Sicherung dieses besonderen Kulturguts, wenn es inmitten der neuen Medienlandschaft, als wichtiger Teil von Öffentlichkeit (wieder)entdeckt wird.

Zuletzt noch ein Blick in die Zukunft: Aus all dem, was sich seit Jahren in der Medienpolitik an

ungelösten Problemen oder teilweisen ersten Problemlösungen anhäuft, ergibt sich die Perspektive der nächsten zehn, fünfzehn, vielleicht sogar zwanzig Jahre – dass wir sowieso in Richtung auf ein Rahmenwerk eines Medienstaatsvertrages gehen, mit einer Medienanstalt der Länder. Das ist schon alles auf dem Weg im Rundfunkbereich und wird mühsam zusammengebracht mit den Telemedien, dem Internet. Was gelingen muss, das ist die Integration der Presse in diesen Prozess, in der Art und

Weise, wie es der Presse – der Öffentlichkeit – gut tut. In ganz vielen Bereichen sind die Verleger ja schon davon betroffen, etwa im Online-Publishing, bei dem die Medienaufsicht der Länder zusammenstößt mit der ganz anders ausgerichteten Selbstkontrolle durch den Presserat. Und diese Übergänge und Überschneidungen werden noch weiter zunehmen.

Also sollte man keine Angst davor haben, das ganze Fass aufzumachen. Wir reden über die Vielfalt in

der Region, und die Presse ist ein elementarer und noch lange unverzichtbarer Bestandteil dieser Vielfalt von Öffentlichkeit.

Wir führen die Diskussion dann aber im Gesamtblick auf alles: auf regionale Öffentlichkeit im Internet, auf privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk bis hin zur Presse und allen Möglichkeiten, die den Bürgerinnen und Bürgern eingeräumt werden müssen, damit sie Beteiligte des öffentlichen Lebens werden.

# Die Presselandschaft von Mecklenburg-Vorpommern

(Stand: 2009)

