

Zehn Jahre
Journalistenschule Ruhr -
30 Jahre WAZ-
Ausbildungsordnung

Vortrag von RA Dr. h.c. Erich Schumann
anlässlich der Jubiläumsfeier am 04. April 2003
im Ruhrlandmuseum, Essen

Zehn Jahre Journalistenschule Ruhr - 30 Jahre WAZ-Ausbildungsordnung

Vortrag von RA Dr. h.c. Erich Schumann anlässlich der Jubiläumsfeier
am 04. April 2003 im Ruhrlandmuseum, Essen

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

Eingeweihten ist nicht ganz unbekannt, dass die WAZ-Mediengruppe nicht besonders geneigt ist, Feste zu feiern. Gut! Vor 5 Jahren haben wir das 50jährige Jubiläum der Zeitung WAZ und der Gruppe mit einem schönen Fest in der Gruga-Halle gefeiert; aber ein 10jähriges Jubiläum? Und dazu noch in einer Zeit, in der wir uns in der Medienbranche in noch nie da gewesenen Turbulenzen befinden.

Warum also ein solches Jubiläumsfest?

Vor 10 Jahren – also 1991/1992 – hatten wir in unserer Branche – wie Sie sich erinnern – eine ganz andere Situation.

Die Wiedervereinigung versetzte die Medienbranche in eine Aufbruchstimmung. Alle sahen einen großen Markt für freie Medien; viele waren überzeugt, dass ohne uns die Grundsätze freier, demokratisch verfasster, unabhängiger Medien nicht zu realisieren seien. Für den verlagswirtschaftlichen Bereich war dies auch, wie sich herausstellte, uneingeschränkt richtig. Der Aufbau verlagswirtschaftlicher Infrastruktur, Vertrieb, Anzeigengeschäft und vor allem der Bau notwendiger neuer Druckereien, wäre in der Tat ohne Verleger aus dem Westen nicht zu stemmen gewesen. Anders aber im redaktionellen Bereich! Wie wir z.B. nach Thüringen kamen, hatten die dortigen jüngeren Journalisten schon Anfang 1990 ihr Schicksal selbst in die Hand genommen und haben sich von den Abhängigkeiten, die vorher zur SED und zum Staat bestanden, gelöst und an anderen Plätzen war es ähnlich. Sehr schnell klar war uns aber, dass wir uns intensiv um die Ausbildung und Fortbildung junger Journalisten kümmern mussten; die Schicht derjenigen, die sozusagen in der ersten Stunde den Emanzipationsprozess angeführt hatten, war nämlich dünn. Die Ausbildung und Fortbildung der Volontäre in unseren thüringischen Tageszeitungen musste daher umgehend gesichert werden. Als 1992 bei uns die ersten Ideen und Papiere zur Gründung einer eigenen Journalistenschule auf den Tisch kamen, war der Zeitpunkt schon allein deswegen gut gewählt.

Der wichtigste Anstoß war aber, dass 1990 die WAZ-Ausbildungsordnung in einen Ausbildungstarifvertrag eingeflossen war. Diese Ausbildungsordnung war schon 1972 von Erich Brost und dem damaligen Chefredakteur, Siegfried Maruhn, in Kraft gesetzt; sie war bis zu dem Abschluss des Ausbildungstarifvertrages einzigartig in Deutschland; denn sie räumte mit der bis dahin geltenden Meinung auf, die man etwa so zusammenfassen könnte: „Wirf sie ins Wasser; diejenigen, die oben bleiben, werden gute Journalisten“. Erich Brost und Siegfried Maruhn aber waren der Auffassung, dass es keine Begabung gibt, die durch Training nicht noch besser werden könnte. Und die bundesweit einmalige WAZ-Ausbildungsordnung bewies, dass es möglich war, Qualität im Journalismus systematisch auszubilden. Mit dem Eintritt der Westfälischen Rundschau und der Westfalenpost sowie der NRZ in die seinerzeitige WAZ-Zeitungsgruppe haben wir dann schon vor dem Ausbildungstarifvertrag gezeigt, dass es möglich ist, titelübergreifende Ausbildung und Fortbildung zu organisieren.

Frau Bartelt-Kircher, deren sanfte Hartnäckigkeit bekannt ist, hat dann 1992 diese zwei Entwicklungsstränge in die Hand genommen und uns überzeugt, eine eigene

Journalistenschule zu gründen, in der alle Volontäre der seinerzeitigen WAZ-Zeitungsgruppe und auch die Volontäre der thüringischen Tageszeitungen den Anspruch auf titelübergreifende und vor allem systematische Ausbildung vorfinden.

Aber warum nun heute diese Journalistenschule?

Als erstes: Die Schule ist erfolgreich!

Dies meine ich nicht nur finanziell; in der Tat haben wir in etwa ein ausgeglichenes Ergebnis. Viel mehr meine ich damit, dass wir inhaltlich mit unserem Schulungsprogramm richtig liegen. Sie können dies im Einzelnen in dem Lesebuch der Journalistenschule Ruhr nachlesen.

Wichtig ist:

Uns ist es gelungen, die Sinne unserer Volontäre und auch die Fortbildung der Redakteure zu schärfen für die lokale Wirklichkeit der Leser.

Qualität – meine Damen und Herren – muss in den Köpfen vorhanden sein; sie ist ein Bekenntnis und eine Grundeinstellung! Ob sauber und seriös recherchiert wird, ob die Quellen sorgfältig untersucht wurden, ob man möglichst unvoreingenommen arbeitet; dies alles und noch mehr sind die Grundtugenden, die wir in der Journalistenschule transportieren wollen.

Die Qualitätsdebatte, die wir jetzt intensiv in unserem Hause führen, ist vor allem auch von den Seminaren der Journalistenschule und deren Experten ausgegangen.

Ich freue mich jedes Jahr, wenn ich in der Journalistenschule mit einem Teil unserer Volontäre zusammenkomme. Ich halte dort keinen Vortrag, sondern lasse mich befragen. Und ich sehe dabei, dass das, was Qualität in den Köpfen ausmacht, nicht bei allen, aber bei den meisten, vorhanden ist:

- Neugierde
- Fairness
- Kommunikationsfreude
- und natürlich auch einen Schuss von Frechheit oder besser gesagt Courage

Dies alles – meine Damen und Herren – muss und wird von der Journalistenschule gefördert und wie ich sagte, in die Köpfe gebracht.

Natürlich, schreiben muss man auch noch können. Und eines scheint mir besonders wichtig zu sein: unsere Zeitungen werden nicht für die Journalisten-Kollegen gemacht, sondern für die Leser und vor allem auch für die Nicht-Leser, die wir zu Lesern machen möchten.

Ich will mich hier nicht lange ausbreiten über den Qualitätsbegriff. Aber eines möchte ich doch hervorheben:

Journalistische Qualität gibt es nicht nur bei denjenigen, die dauernd darüber reden und sich mit deutlicher Überheblichkeit als Gralshüter des Qualitätsbegriffs in den nationalen Medien auführen. Qualität journalistischer Art gibt es vor allem in den regionalen und lokalen Zeitungen, die aber meistens von diesen selbsternannten Gralshütern überhaupt nicht gelesen werden.

Zweitens:

Wir brauchen die Journalistenschule gerade jetzt in den schwierigen Zeiten unserer Branche!

Dazu einige Bemerkungen:

Es ist richtig: Die Medienbranche befindet sich konjunkturell aber auch strukturell in einer äußerst kritischen Situation!

Aber: Eine Krise ist eine Krise – aber mit Sicherheit kein Verhängnis!

Heute mehr als früher, müssen wir uns deswegen auf die Kernelemente des Erfolgs von Zeitungen konzentrieren.

Was heißt dies konkret?

(1.) Klassische, vor allem Industrieprodukte, wie z.B. Autos etc., haben die Tendenz, sich dem Wettbewerb anzugleichen. Die Angebotsdifferenzierung erfolgt mit sekundären Unterschieden; deswegen ist bei solchen Produkten das Marketing im Verlauf der letzten Jahrzehnte immer wichtiger geworden. Aber bei einem Medienprodukt gilt fast das Gegenteil. Das beste und aufwändigste Marketing kann das Produkt nicht erfolgreich im Markt halten, wenn es in der Flut vergleichbarer und ähnlicher Formen und Inhalte untergeht. Schlussfolgerung: ein Medienprodukt muss sich auch immer im Kern von Konkurrenzprodukten abheben. Für die Identifikation des Lesers gibt also das inhaltlich Konstruktive letztlich immer den Ausschlag.

Bei den lokalen Zeitungen ist daher die tägliche Frage erforderlich, was den Leser an seine lokale Zeitung bindet und welche lokalen Highlights wir anbieten müssen, die den Leser in seiner lokalen Lebenswirklichkeit besonders interessieren.

(2.) Wir müssen uns mit dem Problem der Nachfrage beschäftigen. Die Nachfrage wird bei unseren Zeitungen weitgehend durch einen Bedarf nach Information, nach Unterhaltung, nach Orientierung und manchmal natürlich auch nach Sensation bestimmt.

Schwierig wird dies aber deswegen, weil alle diese Elemente der Nachfrage sich ständig in einem sehr flüchtigen Aggregatzustand befinden. Oder konkreter: Es entscheiden Tagesstimmungen, Unterhaltungsanreize, die sich schnell verflüchtigen bis hin zum Wetter. Katastrophenwetter vor Ort erzeugt intensive Nachfrage nach lokaler Information.

Wir wissen also, es gibt kaum ein Angebot in der übrigen Industrie, das in so hohem Maße dem nicht Definierbaren unterworfen ist. Die Zeitungen bewältigen dieses Problem unter anderem auch deswegen, weil es bei ihnen eine lange Geschichte und auch Tradition der alltäglichen Informationsverarbeitung und der Orientierung gibt. Kulturelle Traditionen spielen also glücklicherweise noch eine Rolle: Es gibt eingespielte Muster der Darstellung und es gibt ein überliefertes Repertoire an Formen. Die kulturell entwickelte Tradition des Zeitungslesens gehört besonders dazu.

Die Aufgabe der Journalistenschule ist es - und sie hat dies in den letzten 10 Jahren gut bewältigt -, diese Traditionen, diese Muster und Standards in die Köpfe der jungen Journalisten zu bringen.

Nun werden Sie sich fragen: Aber können wir uns dies in der Krisensituation alles noch leisten? Natürlich – wie könnte es anders sein – habe ich diese Frage nicht vergessen; sie wird jetzt überall diskutiert – zu Recht! Es ist dazu schon viel gesagt worden! Deswegen nur einige Bemerkungen:

(1.) Wenn man Zahlen analysiert, und die Marktbedingungen zu verstehen versucht, dann gibt es auch in unserer Branche selbstgemachte wirtschaftliche Probleme. Beispiele: Vernachlässigung der finanziellen Vorsorge in guten Zeiten! Konkret: zu geringe Thesaurierung der Gewinne. - Diversifizierung in Felder, die Dauerverlustbringer sind; -

überdimensionierte Investitionen in Glaspaläste als Verlagshäuser, in zu üppig ausgestattete Druckereien und sonstige aufwendige und repräsentative Gegenstände.

Für unser Haus gilt dies alles – Gott sei Dank – nur im geringen Maße.

(2.) Mangel, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und zu wissen bzw. sich festlegen, was „Muss-Inhalte“ und was „überflüssige Inhalte“ sind. Wenn ich hier daran denke - wir machen dies nur beschränkt -, welche Materialschlachten in den Seitenmengen miteinander geführt werden, weiß jeder, was ich meine.

(3.) Mangelnde Schärfung des Kostenbewusstseins! Die Notwendigkeit, Kosten anzupassen, wenn Einnahmen erheblich rückläufig sind, muss überall im Hause bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, auch in der Redaktion, bewusst werden. Alle müssen in dieser Krise die ökonomische Lage des Hauses kennen und auch beurteilen, was von ihnen verlangt wird. Das Gespür für Effizienz und Qualitätssteigerung muss ebenso geschärft werden wie die Vorstellung, wie man unnötige Kosten einspart. Wir haben dies im Übrigen mit recht guter Resonanz durch eine neue Kampagne des betrieblichen Vorschlagswesens versucht. Und: Auch bei uns, obwohl wir unser Unternehmen schon immer für außerordentlich schlank hielten, sind erhebliche Sparpotentiale aufgezeigt worden, die bemerkenswerte Chancen zeigen.

Natürlich setzt dies einen Grundkonsens im Verlag und in den Redaktionen voraus, welche Zeitung man auch unter eingeschränkten Bedingungen machen kann und auch machen möchte.

Wir müssen noch mehr daran denken, dass wir einen hohen und kaum veränderbaren Fixkostenanteil haben. Konkret gesprochen: Der Aufwand für Produktion, Vertrieb und Marktbetreuung des ersten Exemplare einer Tageszeitung unterscheidet sich nur minimal von den nächsten 10.000 weiteren. Und deswegen gilt unverrückbar: wir brauchen die größtmögliche Auflage, bezogen auf den jeweiligen Markt. Daran müssen wir arbeiten. Natürlich gibt es eine Untergrenze, hinter die man nicht zurückfahren will und kann. Sparen kann auf Dauer kein Selbstzweck sein! Aber: unsere Aufgabe ist es, darüber nachzudenken und zu analysieren, wo wir stehen.

Bei all dem, meine Damen und Herren, müssen wir, auch und vor allem in den Redaktionen, wissen, dass nur wirtschaftliche Unabhängigkeit publizistische Freiheit garantiert. Ohne wirtschaftliche Unabhängigkeit wäre die redaktionelle Freiheit bedroht. Eine Zeitung, die am Tropf hängt, die von jemanden betrieben wird, dem die wirtschaftlichen Grundlagen gleichgültig sind, der muss man misstrauen.

Wir haben also in dieser schwierigen Krisenzeit gemeinsam die Aufgabe, redaktionelle Qualität und redaktionelle Freiheit mit der Ökonomie noch mehr zu verbinden, wie dies bisher der Fall war.

Ich bin sicher, dass die Journalistenschule für diese Zielsetzung ein unerlässliches Instrument ist. Und dies ist der Grund, meine Damen und Herren, warum wir heute dieses Jubiläum feiern.