

Regierungsrat Dr. Markus Notter über die Schwierigkeiten der klassischen Abo-Zeitungen

Gehören Sie auch noch zu jenen Leuten, die jeden Morgen «ihre» Zeitung aus dem Briefkasten holen? Beim Frühstück, im Zug oder Tram Zeitung lesen? Ich meine Zeitungsartikel, längere Texte, Kommentare, Hintergrundberichte. Sind Sie auch mit einer Zeitung aufgewachsen? Bei mir war es der Tages-Anzeiger. Von Kinds Beinen an hat man gelernt, wo was steht. Ausland, Inland, Zwölfte Seite, Zürich-Bund etc. Walter Stutzer war mir ein Begriff. Chefredaktor von meiner Kindergartenzeit bis in die Spätadoleszenz. Jedenfalls nach meiner Erinnerung. In der Zwischenzeit musste man diesbezüglich mehrfach umlernen. In meiner Studentenzeit habe ich dann die NZZ abonniert. Habe mich damals mit abnehmender Freude vom Ausland über das Inland nach Zürich durchgelesen. Das Abo habe ich beibehalten, auch als der Studentenrabatt weggefallen ist. Ich müsste wohl bald mein 30-jähriges Abo-Jubiläum feiern. Beim 25-jährigen hat sich der Verlag nicht gemeldet. Wahrscheinlich wären das zu viele Gratulationen. Und zudem scheinen die Verlage nur an Neuabonnenten interessiert. Dafür scheint ein bisschen Geld vorhanden.

Aber ich weiss nicht, ob wir überhaupt noch viele sind, die an Wochentagen wirklich Zeitung lesen. Die Gratisblätter am Bahnhof, der Tram- und Bushaltestelle laufen den Abo-Zeitungen den Rang ab. Schnelle Information holt man sich aus dem Internet. Pendlerzeitungen und Online-Angebote sind ja durchaus informativ. Sie helfen, einen schnellen Nachrichtenüberblick zu bekommen. Und das noch gratis. Kein Wunder, dass man von einer Krise der Printmedien spricht. Die klassischen Abo-Zeitungen sehen sich vor schwierigen Herausforderungen.

Wir erleben jüngst, wie das eine grosse Flaggschiff der Zürcher Abo-Zeitungen darauf reagiert. Mit einschneidenden Abbaumassnahmen. Nicht dass der Tages-Anzeiger defizitär wäre, aber man befürchtet solches, heisst es. Und offenbar versteht der Verlag seine Nachrichten- und Informationsprodukte Pendlerzeitung, Online-Angebot und Abo-Zeitung nicht als einen Verbund, der sich unter Ausnutzung von Synergien gemeinsam auf dem Markt behauptet. «Wenn wir schon kannibalisiert werden, kannibalisieren wir uns lieber selber», so hat der neue Mit-Chefredaktor Res Strehle diese Situation aus Verlagssicht prägnant auf den Punkt gebracht. Was zudem auffällt in der Reaktion der Printmedien, ist die Konzeptfixierung. Dauern werden neue Konzepte entwickelt und die Zeitung neu erfunden. Jetzt ist wieder ein neues Konzept für Herbst versprochen. Vor wenigen Jahren wurden die Regionalbünde erfunden. Noch früher wurden eigene Regionalzeitungen auf den Markt gebracht. Immer begleitet von grossem Tamtam, einem Ausbau der Redaktion und später gefolgt von einem neuen Konzept. Dazwischen dann wird der unumgängliche Abbau durchgezogen. Und immer auch mit der Behauptung «der Leser» wolle das. Man wisse das aus Leserumfragen. Wenn diese Umfragen gleich präzise sind wie die von den Medien jeweils im Vorfeld von Wahlen publizierten Wähler-umfragen, muss man sich ja nicht wundern.

Ich muss zugeben, die Situation ist sicher nicht einfach. Und nur so weitermachen wie bisher, ist auch keine Antwort. Warum vergessen aber die Zeitungsmacher, was eine Zeitung ausmacht. Nicht die Konzepte. Nicht, ob das Layout ein bisschen so oder anders gestaltet ist. Nicht, ob das in diesem oder im andern Bund zu finden ist. Die geduldigen Leserinnen und Leser gewöhnen sich an diese Konzeptchen und finden sich damit ab. Entscheidend sind die Texte. Gibt es gute Geschichten, Hintergrundberichte, Reportagen, die man gerne liest, weil sie gut geschrieben sind? Entscheidend sind Journalistinnen und Journalisten, die gut schreiben können, so dass man es gerne liest! Es ist auch ein weitverbreiteter Irrtum, dass gute Geschichten mit nachrichtendienstlichen Methoden ausspioniert werden müssten. Im Versteckten würde das Interessante gefunden. Nein, man muss Geschichten zu erzählen wissen. Mehr als die Hälfte der Weltliteratur erzählt die eine Geschichte: Sie lieben sich, sie lieben sich nicht, sie lieben sich doch. Und wir lesen es immer wieder fasziniert. Vorausgesetzt, es ist gut geschrieben.

Verlage sind privatwirtschaftliche Unternehmen, die sich am Markt behaupten müssen. Sie produzieren aber nicht ein x-beliebiges Produkt. Die Gesellschaft allgemein und ganz besonders unser politisches System der Demokratie ist auf Kommunikation angewiesen. Ohne Information und ohne Austausch darüber können sie nicht funktionieren. Den Medien kommt eine besondere gesellschaftliche Rolle zu. Kritische Berichterstattung ist für die demokratische Mitwirkung unumgänglich. Unsere Rechtsordnung nimmt darauf auch Rücksicht. So gewährt z.B. das Strafgesetzbuch den Journalistinnen und Journalisten einen besonderen Quellenschutz im Interesse dieser gesellschaftlich unentbehrlichen Aufgabe. Ich meine, es gibt aber deshalb auch einen Anspruch der Öffentlichkeit, über das Handeln von Verlagen informiert zu werden. Das ist naturgemäss deshalb erschwert, weil eine kritische Berichterstattung über jene, deren Geschäftstätigkeit Berichterstattung ist, meistens ausbleibt. Wir kennen das von der Krähe, die der andern kein Auge aushackt.

Bei allem was wir wissen, muss man befürchten, dass der Tages-Anzeiger nicht nur Personal abbaut, sondern auch journalistische Qualität. Und man hat den Eindruck, dass mehr auf Konzepte gesetzt wird als auf Journalistinnen und Journalisten. Vielleicht ist diese Sorge ja unberechtigt. Aber darüber müssten die Verantwortlichen auch im Interesse einer glaubwürdigen Zeitung - und damit ihrer Zukunft - öffentlich Rechenschaft geben.

Quelle: Intranet des Kantons Zürich.