

nowelle

Schreiben, was ist? Hanspeter Spörri über journalistischen Mainstream

Roger Köppel: Alles eine Frage der Optik

Berner Chefredaktoren: Gratwanderung der Neuen

Konrad Tobler: Geschichtchen statt Geschichte



FOTOGRAFIEREN, WAS IST: Berner Medientag an der Universität.

fkmb

Förderverein Kommunikations-
und Medienwissenschaft
der Universität Bern

www.ikmb.unibe.ch nowelle 13 März 2007

Inhalt

Schreiben, was ist?	Seite 4
Hanspeter Spörri über journalistischen Mainstream	
Alles eine Frage der Optik	Seite 14
Roger Köppel über die «Weltwoche»	
Gratwanderung der Neuen	Seite 10
Radio DRS, «Bund» und BZ haben neue Chefredaktoren	
Kulturjournalismus – Geschichtchen statt Geschichte	Seite 9
Politik und Medien – Enttäuschte Liebe?	Seite 6
Medientag – Journalistischer Alltag einst und jetzt	Seite 11
Bilanz – Von der Kellerredaktion ins TV-Studio	Seite 15

Fast-Food-Journalismus

Editorial Leichte mediale Unterhaltungskost ist gefragt als anspruchsvolle Information. Der qualitätsorientierte, verantwortungsbewusste Journalismus ist gefordert.

ZU BEGINN dieses Jahres feiert die «SonntagsZeitung» ihr zwanzigjähriges Bestehen. Nach einer eher harzigen Startphase schreibt dieses Blatt seit längerem (dunkel-)schwarze Zahlen. Ähnliches gilt für den ungefährdeten «SonntagsBlick» wie neuerdings auch für die Sonntagsausgabe der NZZ. Und allen Unkenrufen zum Trotz scheinen sogar Gratiszeitungen in wachsender Zahl Cash zu generieren.

Diese Erfolgsgeschichte ist angesichts der enormen Konkurrenz seitens der elektronischen Medien erstaunlich und vor allem auf zwei Faktoren zurückzuführen: Auf die erfreuliche Tatsache, dass der menschliche Wissensdurst schier unbegrenzt ist, und auf den schon bedenklicheren Umstand, dass zunehmend leicht verdauliche, skandalisieren-

de Informationen gefragt sind. Die Exekution Saddams als mediales Unterhaltungsstück lässt grüssen.

Der qualitätsorientierte und verantwortungsbewusste Journalismus hat es angesichts dieser Entwicklung nicht leicht. Aber: «Mitschwimmen oder untergehen?» darf nicht die Frage sein. Schon deshalb nicht, weil es auch Aufgabe der Medien sein muss, durch Vermittlung problemrelevanter Informationen zur Lösung der zukunftsentscheidenden Herausforderungen – zum Beispiel in Umwelt-, Ressourcen- und Gesundheitsfragen – beizutragen. Wir brauchen beides: Rasche, leicht verdauliche, aber ebenso differenzierte, reichhaltige Kost; Slow Food nicht weniger als Fast Food – auch im Journalismus.

Renatus Gallati, Präsident

VERANSTALTUNGSREIHE Blick auf Schweiz von aussen

Swissinfo, das ehemalige Schweizer Radio International, organisiert mit dem ikmb drei Podiumsgespräche mit Auslandchefs europäischer Zeitungen zur Frage, wie diese arbeiten, wie sie ihrem Publikum die Welt erklären und wie sie die Schweiz sehen. Am 26. März 2007 werden Journalisten deutscher und österreichischer Qualitätsblätter diskutieren. Am 26. April folgen Repräsentanten französischer, italienischer und spanischer Zeitungen (Diskussion auf Französisch). Am 8. Mai ist die Reihe an Vertretern britischer, skandinavischer und osteuropäischer Printmedien (Diskussion auf Englisch). Detailliertes Programm im Internet: www.ikmb.unibe.ch.

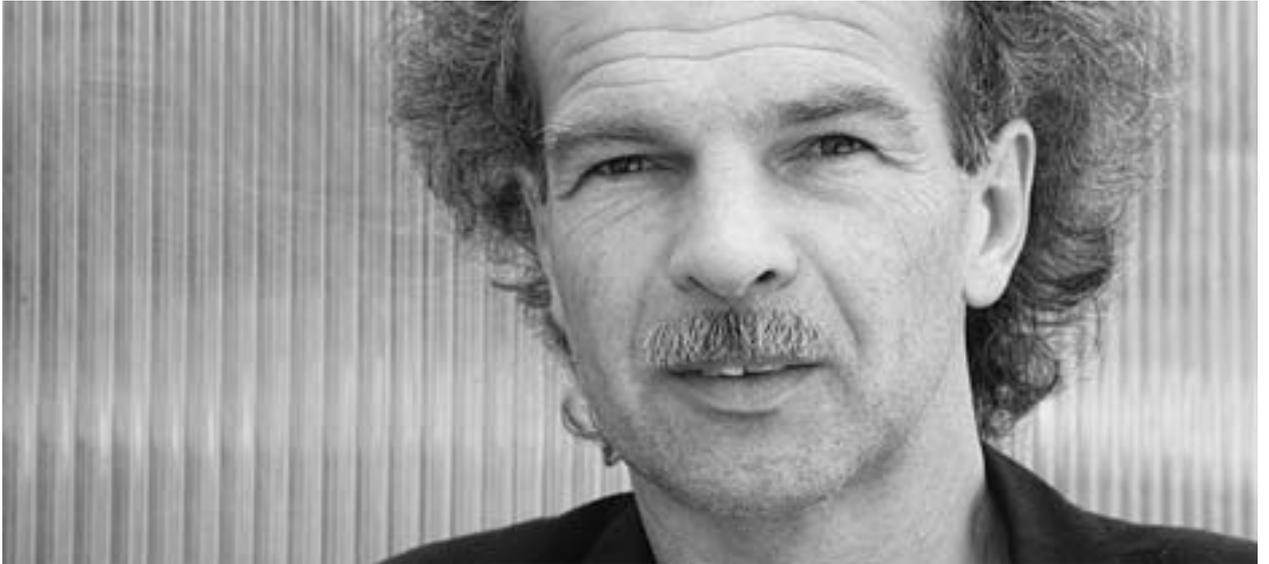
FORSCHUNGSPROJEKTE Abgeschlossen

Das Forschungsprojekt «Stimmengewirr oder Dialog? Politische Kommunikation als massenmediale Deliberation» ist erfolgreich zu Ende gegangen. Ziel der Untersuchung war die Bewertung der Rolle und Qualität der audiovisuellen Massenmedien in der politischen Kommunikation. Sendeformate von Radio und TV sowie Onlineforen wurden inhaltsanalytisch untersucht.

Das ikmb überprüfte in einem weiteren abgeschlossenen Projekt die Mitgliederzeitschrift von «Pro Natura». Dabei ging es hauptsächlich um die Beurteilung des Mediums durch die Leserschaft bezüglich Qualität und Nutzwert.

NEUERSCHEINUNG Für Wahlkämpfer

In Zusammenarbeit mit dem ikmb wurde eine Befragung sämtlicher Nationalratskandidaten von 2003 durchgeführt, die nun ausgewertet (Rücklauf 50,2 Prozent) als Buch vorliegt: Mark Balsiger und Hubert Roth: *Wahlkampf in der Schweiz. Ein Handbuch für Kandidierende*, Bern 2007.



FRAGEN ÜBER FRAGEN für Medienwissenschaftler: Philipp Cueni.

Mehr Medienwissenschaft!

Medienjournalismus Als Redaktor des Medienmagazins «gazette» und Präsident des Vereins Qualität im Journalismus wünscht sich Philipp Cueni mehr wissenschaftlich ausgebildete Beobachter und Kritiker medialer Leistungen.

Text: Philipp Cueni Foto: zvg

DER BUNDESRAT beschliesst, die Radio- und TV-Gebühren nur leicht zu erhöhen. Der Medienwissenschaftler Stephan Weichert kritisiert in der NZZ, dass der Medienjournalismus von den Medien vernachlässigt würde. Was, bitte schön, soll das eine mit dem anderen zu tun haben?

Die Festsetzung der SRG-Gebühren wäre der Anlass, Aufgaben, Leistungen und Grenzen eines Service public zu diskutieren: Welche Programme kann nur ein «öffentliches» Radio und Fernsehen bieten, die über den Markt nicht zu finanzieren sind? Und auf welche spezifischen Leistungen sollte der öffentliche Rundfunk verpflichtet werden? Bei dieser zentralen Debatte ist die SRG SSR unter die Räder geraten. Einerseits, weil sie sich selbst nicht entscheiden konnte, ob sie nun kommerziellen Erfolg und Quote oder ihren Kulturauftrag und spezielle Qualitätsprogramme ins Zentrum rücken sollte. Andererseits, weil sie mit unbelegten Behauptungen, Polemik und widersprüchlichen Vorwürfen

konfrontiert war: Sie verschwende mit elitären Sendungen für Minderheiten die Gebührengelder. Oder aber: Sie passe sich eh den kommerziellen Sendern an und benötige deshalb keine so hohen Gebühren. Und: Sie produziere zu teuer.

Analysieren. Diese medienpolitische Auseinandersetzung wurde durch den Medienjournalismus zwar vermittelt, aber meist auf sehr oberflächlichem Niveau. Für eine kompetente Begleitung der Mediendebatte, für eigene Thesen und eine qualifizierte Bewertung des Service public braucht es Analysen: Welche Programme sind wie teuer? Wie interpretiert die SRG SSR ihren Programmauftrag konkret?

Gerne würde ich zum Beispiel meine These überprüfen, ob bei DRS3 die Eigenleistungen im Wortbereich ab- und belanglose Hörertelefonate zugenommen haben. Oder: Gibt es beim Themenmix der Tagesschau eine Tendenz hin zum Belanglosen? Wer soll dazu gesicherte Daten liefern, wenn nicht die

Medienwissenschaft? Beispiel zwei: Es gibt in der Schweiz nur wenige MedienjournalistInnen. Mühe macht vor allem, freie Medienjournalis zu finden – aber gerade diese sind wichtig, weil sie nicht in Interessen «ihres» Medienhauses eingebunden sind. Wo suchen? MedienwissenschaftlerInnen bringen gute Voraussetzungen mit, weil sie einen medientheoretischen Rucksack mitbringen und gewohnt sind, über Medien zu reflektieren.

Kritisieren. Medienjournalismus ist Beobachtung der Medien, Selbstreflexion, ist Kritik an medialen Leistungen. Er kann journalistische Arbeit auf ihren Gehalt, oder ihre ethische Dimension hinterfragen. Oder er kann die Aufgabe des Service public bei Radio und Fernsehen reflektieren. Oder die Bedingungen der journalistischen Arbeit kritisch analysieren.

Der Medienjournalismus braucht Impulse. MedienwissenschaftlerInnen, bitte melden.

Der Mainstream fliesst nicht, wo man ihn vermutet

Leitartikel Hanspeter Spörri, ehemaliger «Bund»-Chefredaktor, sieht in der Forderung «Schreiben, was ist» Parallelen zu den 1970er und 1980er Jahren und findet, Journalisten müssten immer wieder wagen, sich ausserhalb des Mainstream zu bewegen.

Text: Hanspeter Spörri Foto: zvg/Adrian Moser

«**DER MAINSTREAM** ist oft eine Art Pappkamerad, den sich der Journalist aufbaut, um ihn dann zu demontieren», formulierten kürzlich die Interviewer des «St. Galler Tagblatts», als sie dem neuen «Weltwoche»-Besitzer und -Chefredaktor Roger Köppel gegenüberstanden. «Hiesse gegen den Strom schwimmen nicht, gegen Vereinfachung und Zuspitzung anzuschreiben?»

Geübte Kritiker des journalistischen Mainstreams ersehen natürlich schon aus dieser Fragestellung, dass da zwei Linksliberale am Werk waren, zwei, die in eben diesem Mainstream mitschwimmen und Roger Köppel in Widersprüche verwickeln wollten, was ihnen – aus dieser Sicht beurteilt – selbstverständlich nicht gelingen konnte.

Die Frage blieb also unerörtert. Es geht nicht mehr um Links oder Rechts, Oben oder Unten; es geht um Mainstream oder nicht Mainstream – angeblich. Bereits vor mehr als einem Jahr hielt Bundesrat Christoph Blocher zur Verleihung des BZ-Preises für Lokaljournalismus seine programmatische Rede über den Journalismus und die Journalisten. Er müsse sich geradezu beherrschen, um nicht in einen «seelsorgerischen Ton» zu verfallen, sagte Blocher, denn die Journalisten gehörten einer «wenig beneidenswerten Berufsgattung» an: «Sie sollen die Wirklichkeit beschreiben, auch wenn Ihnen diese Wirklichkeit bewusst oder unbewusst vorenthalten wird.»

Wer sich in der Führung auskenne, der wisse, wie schwierig es sei, die Realität zu erkennen, sagte Blocher: «Wie ist es wirklich?», laute die bange Frage

jedes guten Vorgesetzten. «Wer nicht weiss, wie es ist, kann das Problem nicht einmal erkennen, geschweige denn lösen.»

Hinter diesen Sätzen – die viele im Saal zustimmend nicken liessen – verbirgt sich die Gewissheit, dass man wissen kann, wie es wirklich ist (auch wenn es schwierig ist); in ihnen offenbart sich die erstaunliche Selbstsicherheit und Selbstgewissheit, das Erfolgsgeheimnis und Charisma des Unternehmers, Politikers und Veränderers Christoph Blocher, in dessen Bann die Schweiz seit einigen Jahren steht: «Schreiben, was ist! So lautet Ihr grosser Beitrag als Journalist. «Schreiben, was ist» ist das journalistische Vermächtnis des «Spiegel»-Begründers Rudolf Augstein. Denn, so der grosse Publizist weiter: «Richtig informieren heisst auch schon verändern!»»

Publizistischer Realismus? Auch wer Blocher misstraut, ist manchmal fasziniert von seinen Sätzen, auch und gerade, wenn er im Sinne des links- und nationalliberalen Rudolf Augstein die Journalisten auffordert, den Mächtigen zu misstrauen.

Einer, der seine Nähe zu Christoph Blocher nicht verbirgt (und sich schon damit vom angeblich linksliberalen Mainstream abgrenzt), der Blocher nicht zu misstrauen scheint, ist Roger Köppel, in dessen Bann zwar nicht die ganze Schweiz, aber momentan jedenfalls die Medienschweiz steht. Im Antritts-Editorial lobte Köppel die Tradition seines Blattes: «Es fühlt sich dem publizistischen Realismus verpflichtet:



UNAUFGEREGTER SKEPTIZISMUS:
Hanspeter Spörri.

Schreiben, was ist. Die Weltwoche hat sich immer darum bemüht, die Dinge so darzustellen, wie sie wirklich sind, jenseits der Schlachtordnung, in der Mitte des Geschehens, aber immer über der Sache, durchaus engagiert und meistens gut gelaunt. Es spielt keine Rolle, woher

NOWELLE CUISINE

Echter Journalismus?

DIE ANFANG dieses Jahres publizierten Resultate der Publicom-Studie zur Regional-Berichterstattung elektronischer Medien gaben wenig Anlass zu Frohlockungen. In mehr als der Hälfte der analysierten Berichte elektronischer Medien sei keine journalistische Eigenleistung erkennbar. Nachrecherchen sind offenbar selten. Medienstellen von kantonalen Behörden können sich quasi darauf verlassen, dass ihre Texte 1:1 veröffentlicht werden. Quellen werden häufiger als früher weggelassen und nur in jedem fünften Text wird mitgeteilt, dass eine Medienkonferenz stattgefunden hat. Demgegenüber wird die regionale Politikberichterstattung emotionalisiert, indem die Radio-, TV- und Online-Journalisten das Geschehen konfliktreicher darstellen als nötig.

Solche Erkenntnisse lassen leider längst niemanden mehr aufhorchen. Permanenter Aktualitäts- und Zeitdruck, mangelnde Sorgfalt bei der Recherche und die zunehmende Boulevardisierung der Berichterstattung gehören längst zum Alltag der Medienschaffenden. Selbst wenn Arbeitgeber sich dessen bewusst sind, können (oder wollen?) sie es in den meisten Fällen nicht ändern. Die längst überfällige Frage lautet deshalb: Kann man bei Texten, die grösstenteils von dritter Seite übernommen werden, die nicht kritisch beäugt oder in einen übergeordneten Kontext integriert werden, noch von Journalismus im eigentlichen Sinne sprechen?

Als Journalist kann und soll man verschiedene Rollen einnehmen; wenn es nötig ist, sind wir Advokaten, wenn immer es möglich ist, neutrale Berichterstatter. Eine Funktion thront aber über allen anderen: Die Medien sind Wachhunde. Wir Journalisten sollten uns immer im skeptischen Nichts befinden, da, wo keine Seite ist. Das mag ein hohes Ideal sein, ist aber in einer von ökonomischen Interessen durchzogenen Welt überlebensnotwendig. Denn glaubwürdig sind nur Medien, die Abstand zu Interessensverbänden halten und kritischer Reflexion Raum und Zeit geben.

Eva Pfirter

die Kritik kommt, von welcher Seite der Applaus. Entscheidend bleibt der Drang zur eigenen Agenda.»

Markenzeichen Übellaunigkeit.

Dass die gewendete «Weltwoche» tatsächlich jenseits der Schlachtordnung agieren wird, muss trotz dieses Versprechens nicht befürchtet werden; dass sie immer über der Sache stehen wird, ebenfalls nicht. Und auch ihre zum Markenzeichen geronnene Übellaunigkeit werden die markantesten «Weltwoche»-Autoren wohl weiter pflegen dürfen. Sie entspringt der gleichen Quelle wie der Zorn gegen Linke und Nette, gegen politische Korrektheit und staatliche Umverteilung, gegen Mainstream und Bürokratie; ein Zorn, der in manchen Fällen in einer Heilserwartung, der Hoffnung auf radikale Gesellschaftsveränderung, gipfelt – und somit eigenartige Parallelen zur 68er Bewegung aufweist.

Aufklärungsfunktion. Schreiben, was ist. Das wollten schon die anwaltschaftlichen Journalisten der 70er und 80er Jahre, die sich gern auf den «rasenden Reporter», Antifaschisten und «proletarisch-revolutionären Schriftsteller» Egon Erwin Kisch beriefen («Nichts ist erregender als die Wahrheit»). Er war all jenen journalistischer Leitstern, die ein revolutionäres Programm verfolgten, die im Journalismus ein Instrument zur Aufklärung und in der Aufklärung den Weg zur Gesellschaftsveränderung sahen.

Ähnlichkeiten zu heute? Aber sicher. Geändert hat das Programm. «Freiheit des Einzelnen, Selbstverantwortung, Respekt gegenüber Leistung, Initiative, Unternehmertum, Widerstand gegen staatliche Bevormundung, Misstrauen gegenüber Behörden», so umreisst beispielsweise Roger Köppel seine «liberale

Sicht». Er vertritt damit traditionelle Tugenden, ernsthafte Werte. Sie haben einen ähnlich warmen Klang wie die Forderung nach Gerechtigkeit, Solidarität, Nachhaltigkeit, sozialem Ausgleich, Chancengleichheit. Seit ihrer Gründung ringt die Schweiz um die Balance dieser Werte. Schon immer war es in diesem Ringen nötig, den Mächtigen in Staat und Gesellschaft, Politik und Wirtschaft, Kultur und Medien zu misstrauen.

Aber schon immer waren Journalisten nicht die unabhängigen Berichterstatter und Kritiker, als die sie sich gerne sehen, sondern von Geldgebern, Insurgenten, dem Zeitgeist, dem eigenen Kollegenkreis und den Marktkräften abhängig.

Können sie trotzdem schreiben, was ist? Das gelingt ihnen wohl nicht. Sie nehmen die Wirklichkeit so selektiv wahr, wie Menschen sie eben wahrnehmen. Die Grenzen der Erkenntnis gelten auch für sie. Sie müssten sich deshalb damit begnügen, Ausschnitte der Wirklichkeit abzubilden, Teilaspekte zu erörtern; provokative Zuspitzungen mögen da hilfreich und anregend sein. Sie nutzen sich aber schnell ab. Auf lange Sicht verspricht unaufgeregter Skeptizismus grösseren Erkenntnisgewinn.

Als Journalisten sollten wir es immer wieder wagen, uns zwischen alle Stühle zu setzen. Lieber aber bleiben wir in der Schlachtordnung. Fast alle Kolleginnen und Kollegen wissen, gegen wen oder was sie treten, woher sie Applaus erwarten. Fast alle bewegen wir uns deshalb im Mainstream, auch Roger Köppel, er mit seiner Lust am Tabubruch, seiner politischen Unkorrektheit besonders. Er prägt geradezu den schweizerischen Mainstream, vorübergehend. Früher «meienbergelte» es in den Spalten schweizerischer Blätter oft, heute «köppelt» es halt.

ZEITSCHRIFT

Schweizer
Nummer

In der Nummer 4/2006 der «Publizistik» ist Jochen Hoffmann vertreten mit dem Aufsatz «Politische Personalisierung. Disziplinäre Zugänge und theoretische Folgerungen» (mit Juliane Raupp). Peter Meier eröffnet den Rezensionsteil mit dem Essay zum Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte von Böning, Kutsch und Stöber. Rezensiert werden Bonfadellis «Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich», Perrins «Medienlinguistik», Becks «Sportteil im Wandel» und Burgers «Mediensprache».

WINTERSEMESTER

Studierendenzahl
bleibt hoch

Im Wintersemester 2006/07 zählte das ikmb 618 Studierende, davon 299 Frauen (48,4 Prozent). Im ersten Semester sind 137 Studierende, davon 65 Frauen (47,4 Prozent). Damit bleibt die Studierendenzahl weiterhin hoch. Durch die Einengung des Zugangs auf die Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät sinkt der Frauenanteil wieder.

NEUE FACHARBEITEN

Was Studierende
erforscht haben

- ▶ Nicole Wüthrich-Nydegger: **WERBEETHIK** – eine Knacknuss?
- ▶ Mathias Tanner: Der Beitrag von Tageszeitungen und Mitgliederzeitschriften zum gesellschaftlichen **ZUSAMMENHALT**.
- ▶ Vanessa Achermann und Gabriel Häussler: Das Bild der in der Schweiz lebenden AusländerInnen in der Deutschschweizer **SONNTAGSPRESSE**.
- ▶ Christian Mignot: **SUCHMASCHINENNUTZUNG**.
- ▶ Mirella Steiner: Der Mediendiskurs um ein neues Zürcher **STADION** für die UEFA EURO 2008.
- ▶ Adrian Schmid: König **FUSSBALL** regiert im Blätterwald.
- ▶ Weitere Arbeiten auf Seite 13.

Enttäuschte Liebe?

Politgespräche An den ersten Berner Politgesprächen diskutierten Vertreter aus Politik, Medien und Lobbys über Schwierigkeiten, Herausforderungen und Veränderungen ihres diffizilen Dreiecksverhältnisses.

Text: Eva Pfirter Fotos: Daniel Bernet

WIE EIN KÖNIG thronte der schweizerische Verteidigungsminister im samtbezogenen Sessel und liess sich von Christine Maier zu seiner Beziehung zu den Medien befragen. Was viele Referenten vor ihm theoretisch hatten zu umschreiben versucht, fasste Bundesrat Samuel Schmid in ein gut verständliches Bild: «Die Medien machen Fotografien. Aber Politik in der Schweiz ist ein Film.» Das Wesentliche, so Schmid weiter, sei in der Politik der Prozess. «Diese Dimension vermisse ich.»

Mediale Dramaturgie. Der Bundesrat war nicht der einzige, der die im Zentrum stehende Dreiecksbeziehung als heikel bezeichnete. Lothar Spät, ehemaliger Ministerpräsident von Baden-Württemberg, machte gleich zu Beginn der ersten Berner Politgespräche klar: Die Zuschauer nehmen von Politikern, die im Fernsehen auftreten, in erster Linie Äusserlichkeiten wahr. Inhaltliche Aussagen bewerten sie äusserst selten. Dennoch sei es die Sehnsucht der Politiker, öffentliche Aufmerksamkeit zu bekommen, so wie es die Sehnsucht der Journalisten sei, an den Politikern vorbei zu schreiben. Kann das gut gehen?

Fest stand für Lothar Späth: die Talkshow ersetzt heute gewissermassen das Parlament. Auch in der Schweiz muss von einem grossen Bedeutungsverlust des Parlaments gesprochen werden, wie Kurt Imhof, Professor des Forschungsbereichs Öffentlichkeit und Gesellschaft (foeg) der Universität Zürich, erklärte. Imhof sprach von einer Gewichtsverschiebung weg von der Politik hin zur Öffentlichkeit.

Was Lothar Spät aus der Praxis kennt, konnte Kurt Imhof empirisch belegen: Problematisch wird das Verhält-



KRITISCHER BEOBACHTER des Lobbyings: Iwan Rickenbacher.

nis zwischen Politik und Medien, wenn es für die mediale Berichterstattung eine Dramaturgie braucht. «Die Politiker sind gezwungen, etwas Zitierfähiges zu sagen», verdeutlichte der Alt-Ministerpräsident.

Mangelnde Transparenz. Doch welche Rolle spielen die Lobbyisten? Der Lobbyist, erklärte Jochen Hoffmann vom Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Bern (ikmb), steht gewissermassen zwischen seinen Partikularinteressen und dem Gemeinwohl. FDP-Ständerat Filippo Lombardi differenzierte Hoffmanns Skizze: «Gutes Lobbying ist, wenn Partikularinteressen in den Gesamtrahmen passen». Dass der Lobbyist den Parlamentarier bisweilen als «Trojanisches Pferd» benutzt, schien weder der einen noch der anderen Seite recht zu sein. Kuno Hämisegger, Delegierter für Public Affairs der Schweizerischen Bankiervereinigung, forderte denn auch, Lobbyisten müssten transparent sein. Dasselbe bemängelte Nationalrätin Christa Markwalder, die eine Akkre- ➤



POLITIK ALS PROZESS: «Die Medien machen Fotografien. Aber Politik in der Schweiz ist ein Film.» Samuel Schmid brachte die Grundproblematik des Zusammenspiels von Medien und Politik auf den Punkt.



EINSICHTEN AUF DEM PODIUM: «Ich musste ein paar Dummheiten machen, um als Politiker in die Medien zu gelangen.» Filippo Lombardi sah sich selber als Beweis, dass «Zirkus» interessanter ist als Politik.

BERNER POLITGESPRÄCHE

Enttäuschte Liebe?

› ditierung der Bundeshaus-Lobbyisten für längst fällig befand: «So könnten die Medien keine reisserischen Storys mehr über Lobbyisten schreiben». Je komplexer die politischen Geschäfte, desto wichtiger werde Lobbying. Gleichzeitig relativierte die Berner Nationalrätin das Gewicht der Interessenvermittler; Lobbying sei nur ein Teil im Entscheidungsfindungsprozess des Parlamentariers.

Zirkus statt Politik. Einen Bedeutungsverlust der Medien konstatierte Ständerat und «Tele Ticino»-Direktor Filippo Lombardi, «da sie manchmal übertrieben haben». Auch «Bund»-Journalist Patrick Feuz hielt die Bedeutung des Parlaments hoch und hinterfragte die teils zufällige Gewichtung von Themen und die Rudelmentalität der Medien.

Bundesrat Samuel Schmid fand zwar, im Allgemeinen werde von den Medienschaffenden eine gute Leistung erbracht. «Gelegentlich vermisse ich jedoch die Tiefenschärfe.» Von einer «Verrohung» im Medienbusiness sprach nicht nur der Vorsteher des Militärdepartements, sondern auch Medienwissenschaftler Roger Blum, der einmal mehr verdeutlichte, dass sich die Berichterstattung verändert habe, da der Parlamentsbetrieb zunehmend von der medialen Öffentlichkeit bestimmt wird. Denn: Parlamentarier wollen mit Hilfe der Medien wieder gewählt werden. Dafür drängen sie in TV-Sendungen, stehen jederzeit Red und Antwort und sind geübt, «knackig Auskunft zu geben».

Beziehungsarbeit nötig. Die Politiker brauchen die Medien, und die Journalisten brauchen die Politiker. Beide wollen Einfluss auf politische Entscheidungen nehmen. Darüber, dass die Beziehung sehr schwierig sein kann, waren sich alle einig. Samuel Schmid bezeichnete sie als manchmal «unheilige Allianz», Roger Blum als «enttäuschte Liebe». Einig war man sich auch darüber, was diese Liebe kitten könnte: Ständerätin Simonetta Sommaruga wünschte sich



TALKSHOW statt Parlament: Lothar Späth.

von allen ein professionelles Erfüllen ihrer Rolle. Und «NZZ am Sonntag»-Kolumnist Max Frenkel gab seiner Hoffnung Raum, die Medien mögen vermehrt realisieren, dass sie verschiedene Zielpublika haben und nicht immer sensationell sein müssen.

Die 1. Berner Politgespräche wurden durchgeführt vom ikmb und der Agentur «Furrer.Hugi&Partner», in Zusammenarbeit mit dem Politzentrum Bern und dem Wirtschaftsberatungskluster Bern. Ende Mai findet bereits die zweite Auflage statt.

AUF IN DEN WAHLKAMPF

Die 2. Berner Politgespräche sind ganz dem Thema «Wahlkampf!» gewidmet. Sie finden am 29. (Auftakt) und 30. Mai 2007 (Tagung) in Bern statt und wenden sich an alle, die im Umfeld der Politik kommunizieren: An Politikerinnen und Politiker, Fachleute der Kommunikation und Medienschaffende, an Lobbyisten und Repräsentanten von Non Profit-Organisationen, an Studierende und alle, die sich für politische Kommunikation interessieren. Weitere Informationen und Anmeldung im Internet: www.berner-politgespraeche.ch.

Geschichtchen statt Geschichte

Kulturjournalismus Der freie Publizist und ehemalige BZ-Ressortleiter Konrad Tobler sieht in der Kulturberichterstattung unter anderem einen Bildungsauftrag und findet, man dürfe dem Leser ruhig etwas mehr Arbeit zumuten.

Interview: *Eva Pfirter*

Konrad Tobler, wie hat sich aus Ihrer Sicht der Kulturjournalismus in den letzten Jahren verändert?

Der Begriff «Kulturjournalismus» besteht erst seit den 1970er Jahren; ab dann hiess es nicht mehr «Feuilleton». In jener Zeit fand ein Paradigmenwechsel statt: Man wollte allen journalistischen Formen Platz geben.

In den 1990er Jahren dann gab es analog zum Museumsboom den Ausbau der meisten Kulturteile in den Zeitungen; Kultur wurde als wichtiger gesellschaftlicher Faktor anerkannt. In den letzten Jahren fand eine gegenläufige Entwicklung statt: Die Medien messen der Kultur weniger Gewicht bei. Zudem haben viele Chefredaktoren eine andere Optik.

Fand bei den Chefredaktoren ein Generationenwechsel statt?

Früher gehörte der Kulturteil zum Renommée der Zeitung. Heute hat man eine andere Auffassung von Kulturjournalismus: Statt Analyse, Hintergrund und Kritik liegt der Schwerpunkt bei Serviceleistungen, Lifestyle, Events und Showbusiness.

Was sind denn die Gründe für diesen Paradigmenwechsel?

Vielleicht ist es das Misstrauen der Neuen gegenüber der 68er Generation, die auch vom Begriff der «Kulturindustrie» geprägt worden ist.

Was halten Sie von der Unterscheidung der so genannten «Hochkultur» und «Populärkultur»? Die «Basler Zeitung» hat beispielsweise mit ihrem neuen «kulturmagazin» beschlossen, der «Hochkultur» nicht mehr so viel Gewicht beizumessen.

Ich würde diese Trennung nicht machen. Entscheidend ist, dass die Information eine Information ist. Und eine Auseinandersetzung. Für mich hat Kulturjournalismus etwas mit einem Bildungsauftrag zu tun. Und mit Geschichtsbewusstsein. Bei vielen Events gehts aber nicht um Geschichte, sondern um Geschichtchen.

Nehmen wir zum Beispiel die Rodin-Ausstellung in Zürich: Man kann nicht bloss über Rodin berichten, sondern muss auch dessen Auswirkungen auf Giacometti und Picasso miteinbeziehen. Rodin ist nicht isoliert betrachtbar.

Glauben Sie, dass der Paradigmenwechsel im Kulturjournalismus auch ökonomische Gründe hat?

Die Leserzahlen sind bei der «Berner Zeitung» (BZ) und der «Basler Zeitung» (baz) seit der Änderung des Kulturteils nicht besser geworden. Wenn sich die Zeitungen «20 Minuten» anpassen, vergeben sie sich eine Chance. Bei der BZ zum Beispiel will man kein Expertenwissen mehr haben. Dabei kommt es darauf an, wie man mit dem Wissen umgeht: Es geht darum, so zu

formulieren und zu vermitteln, dass das Wissen für eine Tageszeitung brauchbar ist. Heute behandelt man den Leser oft, als wäre er unmündig. Lesen, heisst es dann etwa, sei Arbeit.

Gibt es Stimmen, die sich gegen die heutigen Entwicklungen wehren?

Die Leserzahlen sind bei der baz wie auch bei der BZ gesunken.

Gab es im BZ-Kulturteil auch Veränderungen bezüglich der Sprache?

Der Sprache kommt heute nicht mehr dieselbe Wichtigkeit zu wie früher. Der Wille zur Information ist zu wenig gekoppelt mit der Lust am Schreiben. Es fehlt die Freude am sprachlichen Handwerk.

Und bezüglich der Textlängen?

Ungeachtet des Themas werden heute kürzere Texte und häufiger Kasten gefordert. Und kürzlich befand die BZ, eine Seite zu Sigmund Freud sei zu viel.

Auf welche Entwicklung in der Kulturberichterstattung hoffen Sie?

Auf eine Gegenbewegung: Ich hoffe, die Tageszeitungen begreifen, dass sie ihr eigenes Gesicht bewahren, ihre Stärken nutzen und sich nicht am Fernsehen und den handwerklich teils soliden Gratiszeitungen orientieren sollten. Denn: Auch Zeitungslesen kann der Zerstreung dienen.

Die Gratwanderung der Neuen

Chefredaktoren Die Berner Medienszene hat drei neue Exponenten: Die Chefredaktoren von Radio DRS, «Berner Zeitung» und «Bund» erläuterten an einer Podiumsdiskussion des Fördervereins ihre publizistischen Konzepte.

Text: *Patricia Sandrieser* Foto: *Daniel Bernet*

DIE ZEITEN sind alles andere als rosig: Kostendruck, schwindende Abonnenten- und Inserenzahlen sowie multimedialer Konkurrenzkampf um die Aufmerksamkeit des Publikums zwingen zu knallharter Kalkulation und Abstrichen im Budget. Ist der wirtschaftliche Druck heute nicht zu gross, um überhaupt noch seriös Zeitung zu machen? «Es ist nicht angenehm, immer am Limit zu arbeiten, aber wir müssen aus den zu Verfügung stehenden Mitteln das Beste machen.» Für BZ-Chef Michael Hug heisst das, dass sich seine Zeitung auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren muss: «Ihr Schwergewicht liegt auf dem regionalen Bereich. Hier soll vertieftes Wissen geboten werden.»

Hug wehrt sich gegen den kurz darauf geäusserten Vorwurf, die «kapitalistische BZ» würde den «Bund» erdrücken. «Wenn sie dies machen wollte, hätte sie es längst getan.» Dass zwei Zeitungen auf derart engem Raum bestehen, wird von «Bund»-Chef Artur K. Vogel als «grosse Chance» gewertet.

Schleudersitz? Vogel gibt sich optimistisch: «Ich will nicht der letzte «Bund»-Chef sein!» Ziel sei, eine qualitativ hochwertige Kompletzeitung anzubieten, trotz knapper Ressourcen. Wichtig ist ihm, die klassische Ressortaufteilung zu bewahren. Er hält Ressorts als Kompetenzzentren für unverzichtbar.

Einig ist sich die kleine Runde darin, dass ihre Medien nur dann im Informationsdschungel überleben können, wenn es ihnen gelingt, glaubwürdig zu sein und sich einen festen Platz im Alltag der Menschen zu sichern. Kritische Stimmen aus der Zuhörerschaft setzen hinter die Glaubwürdigkeit ein Fragezeichen: Es sei skandalös, wenn Publiereportagen

den Journalismus verwässerten. Rudolf Matter, Chefredaktor von Radio DRS, versucht zu differenzieren; die Schwarz-Weiss-Darstellung von PR und Journalismus werde der Realität nicht gerecht. «Der PR-Apparat leistet Bereitstellungsarbeit, ohne die wir gar nicht arbeiten könnten.» Eingeräumt wird aber, dass eine klare Deklaration unerlässlich sei.

Crossmedialität Pflicht? Wie könnte eine nachhaltige Finanzierung der Medien möglich sein? Wo der eine etwas ratlos mit den Schultern zuckt, setzen die anderen auf hohe Qualität respektive Crossmedialität. Bei Radio DRS versuche man, Relevanz höher zu gewichten als «Interessanz» und den Zuhörerinnen und Zuhörern qualitativ hochwertige Informationen zu liefern, damit sich diese kompetent im Alltag bewegen können.

Für den BZ-Chef liegt die Lösung darin, den «Informationsfluss so zu ka-

nalisieren, dass jedes Thema durch ein geeignetes Medium transportiert wird.» Doch was, wenn Crossmedialität zur Pflicht wird, weil Zeit für Zusatzrecherche fehlt? «Leider», gibt Vogel zu bedenken, «sind die Leute immer weniger bereit, für Informationen zu bezahlen.» Der Druck wird grösser, die Multimedialität rückt unaufhaltsam voran. In diesem «Medienkonzert» kämpfen die Zeitungen dagegen an, von der Konkurrenz nicht übertönt zu werden.

Es scheint, als würde das schwierige wirtschaftliche Umfeld die – frei nach Hug – «Freude an einem der schönsten Berufe» dämpfen. Doch die Beschreibung der jeweiligen Redaktionskulturen zeichnet ein anderes Bild; von diskursorientiert und freundschaftlich, motiviert, neugierig und offen ist da die Rede. Das wiederum stimmt optimistisch, von Radio DRS, BZ und «Bund» auch in Zukunft hochwertige Informationsleistungen erwarten zu dürfen.



WIDRIGEN UMSTÄNDEN zum Trotz: Artur K. Vogel («Bund», Mitte) und Michael Hug (BZ) im Gespräch mit Professor Roger Blum.



VOM INTERNET-HYPE ERNÜCHTERT: Nick Lüthi.

Besorgnis statt Nostalgie

Medientag Dass früher alles besser war, ist ein bekanntes Bonmot, das fast jede Generation einmal von ihrer Vorgängerin zu hören bekommt. Ob diese Devise auch für den Journalismus stimmt, sollte der Berner Medientag 2006 zeigen.

Text: Florian Fischer Foto: Daniel Bernet

ZWEI GENERATIONEN von Medienschaffenden trafen sich am 16. Berner Medientag. Die selbstbetitelten «alten Hasen» bekräftigten zunächst die Behauptung, dass früher vieles besser war. Weder Zeitdruck noch sinkende Leserzahlen hätten die Journalistinnen und Journalisten früher bedrückt. «Die Arbeit war kreativer, gründlicher und qualitativ besser», meinte Hanspeter Gschwend von Radio DRS. Pioniergeist und journalistische Individualität seien heute oft durch formale Vorgaben eingeschränkt.

Trotzdem wurde die Vergangenheit längst nicht nur als goldene Epoche gefeiert. Man erinnerte etwa an eine Zeit, in der Dokortitel im Impressum wichtiger waren als eine engagierte Redaktion. Urs P. Gasche, Chefredaktor der «Berner Zeitung» von 1982 bis 1985,

schilderte zudem eindrücklich, wie weit der Filz zwischen Kantonsregierung und Verlagshaus gehen konnte.

Professor Roger Blum griff dieses Thema auf. Er erklärte den langen Weg der Medienschaffenden von obrigkeitshörigen Vasallen zu freien Journalistinnen und Journalisten. Diese Entwicklung dauerte in der Schweiz vergleichsweise lang und endete, so Blum, erst in den 1990er Jahren. Die Professionalisierung habe zwar mehr Autonomie und Distanz zum Staat gebracht, bedingte aber auch eine eigene Berufsethik und mehr Verantwortung. Heute nähmen die Medien ihre Rollen als Beobachter und Kritiker wahr.

Was meinte nun die jüngere Generation? Der ehemalige «20 Minuten»-Redaktor Philipp Probst outete sich als Fan der Gegenwart: «Heute ist alles gei-

ler!» Vor allem die technischen Errungenschaften, darin waren sich alle Anwesenden einig, hätten die Arbeit erleichtert und verbessert. So toll die neuen Mittel seien, die Tendenz zur «journalistischen eierlegenden Wollmilchsau» unter Zeit- und Kostendruck wurde von vielen jedoch kritisch betrachtet.

Zum Kampf der Generationen kam es nicht. Die Teilnehmer des Medientages zeigten sich froh, dass sich der Journalismus von früher weiterentwickelt habe. Allerdings kam am Ende wieder die Sorge um die herrschenden Probleme zur Sprache: Der ökonomische Druck, die schleichende Boulevardisierung, zu wenig Zeit und Mittel für angemessene Recherchen und die Gefahr, zu Vasallen der PR zu werden. Wie diese in Zukunft zu bewältigen seien, blieb aber – einmal mehr – ungeklärt.



RUSSISCHE AUTOBIOGRAFIE: *Keine leichte Lektüre für Zwischendurch.*

Feindbild Putin

Buch I Einen aufschlussreichen Blick hinter die Mauern der Macht Putins gewährt «Mutanten des Kreml». Doch der kritische Blick des Lesers ist gefordert.

OHNE EIN BLATT vor den Mund zu nehmen schildert Elena Tregubova in ihrem autobiographischen Werk ihr Leben als Journalistin und Kreml-Korrespondentin für die Moskauer Tageszeitung «Kommersant» unter Wladimir Putins Federführung. Einerseits eindrücklich und flüssig liest sich die persönliche Lebensgeschichte der Angebeteten und zugleich scharfen Kritikerin des russischen Präsidenten, deren buchautorisches Herausreten aus dem Schatten der Zensur sie beinahe mit ihrem Leben zu bezahlen hatte.

Doch andererseits ermahnt die Lektüre auch zur kritischen Hinterfragung. Die Autorin zielt mit stilistischen Mitteln auf die Emotionen der Leser, um ein Feindbild zu erschaffen: Putin als

Urheber und Alleinverantwortlicher zensorischer und gewalttätiger Unterdrückung der Pressefreiheit.

Elena Tregubovas Werk ist ein Zeitzeugnis der jüngsten Ereignisse, welches die journalistischen Prüfsteine Russlands ins Zentrum rückt, jedoch durch eine Vereinfachung historischer Hintergründe, was die gesellschaftliche und politische Einbettung der beschriebenen Ereignisse vermissen lässt.

Stéphanie Fuchs

★★★★☆

Elena Tregubova

DIE MUTANTEN DES KREML

Mein Leben in Putins Reich

Tropen, Berlin 2006, 377 Seiten,

33.90 Franken

Anziehend abstossend

Buch II Für all jene, die Kritik an der Arsch- und Tittenpresse als uncool abtun und schon lange wissen wollen, ob Paris H. nun wirklich ins Taxi pinkelte: Gossenreport.

GETRIEBEN VON der Abscheu über die Macht der «Bild»-Zeitung übt Gerhard Henschel massive Kritik an Mache und Machern Europas grösster Tageszeitung. Wenn der «Titanic»-Mitbegründer und ehemalige Besetzer des Springerhochhauses in die Tasten greift, lodert der Hass gegen das selbst ernannte Leitmedium nicht nur zwischen den Zeilen auf. Henschel führt Chefredaktor Kai Diekmann facettenreich als «Doppelmoralisten» und «Genie der Niedertracht und Gewissenlosigkeit» vor und übergiesst den «armseligen Knilch» mit denselben Fäkalwörtern wie «Bild» ihre Jaucheopfer. Den zwölf Millionen «Bild»-Lesern attestiert er den Humor von Vierjährigen, was ihn nicht weiter stört. Als ungeheuerlichen «Sittenskan-

dal» bezeichnet er hingegen, was sich von Papst bis Trittin für keine Schlagzeile im «Zentralorgan der Unterhosenespionage» zu schade ist.

Henschels glossenhafte «Bild»-Beobachtung ist ästhetischer Art und stellenweise redundant. Eigene Recherchen finden sich in der Schmähschrift keine. Die «Gurkentruppe» der Lüge und der zweifelhaften Arbeitsmethoden zu überführen, bleibt somit Wallraff und bildblog.de vorbehalten. *Yves Demuth*

★★★★☆

Gerhard Henschel

GOSENREPORT

Betriebsgeheimnisse der Bild-Zeitung

Edition Tiamat, Berlin 2006, 191 Seiten,

20.60 Franken



«BILD»-BEOBACHTUNG: *Schmähschrift (un-)ästhetischer Art.*

Parteiisch oder neutral?

Nordirland Lisa Stalder untersuchte in ihrer Facharbeit vier Tageszeitungen auf ihre Objektivität in der Berichterstattung während des Nordirlandkonflikts.

OBJEKTIVITÄT als die möglichst unverzerrte Darstellung der Wirklichkeit gilt als eine der Hauptaufgaben des Journalismus. Gerade in Kriegs- und Krisensituationen ist es häufig nicht möglich, ausführlich und wahrheitsgetreu zu berichten, weil Zensur, gezielte Propaganda oder Desinformation durch Militär oder Regierung sowie die Emotionen des Beobachters eine objektive Berichterstattung verunmöglichen. Lisa Stalder untersuchte in ihrer Facharbeit vier Deutschschweizer Qualitätszeitungen während der knapp 30 Jahren Nordirlandkonflikt: «Der Bund», «NZZ», «Tages-Anzeiger» und «Basler Nachrichten», später «Basler Zeitung».

Ausgehend von der Situation der britischen Medien, die klar durch die Regierung zensiert und gesteuert wurden, um einerseits die Bevölkerung zu beruhigen, andererseits den Einsatz der britischen Truppen im Krisengebiet zu rechtfertigen, stellte die Autorin die Frage nach der Objektivität – oder besser nach dem Fehlen der Objektivität – ins Zentrum ihres Interesses. Den Beginn der Untersuchung legte sie auf den 13. August 1969, den Tag der Besetzung durch englische Truppen.

Keine Feindbilder. Obwohl die Schweiz nicht selber am Nordirlandkonflikt beteiligt war, nahmen die Meldungen aufgrund der vielen Nachrichtenfaktoren einen beträchtlichen Platz in der Berichterstattung ein. Lisa Stalder kommt zu einem positiven Urteil: «Die

vier untersuchten Zeitungen berichteten vorwiegend neutral über die ausgewählten Ereignisse des Nordirlandkonflikts. Es wurde versucht, die Ereignisse tatsächengengetreu wiederzugeben und verschiedene involvierte Akteure und Gruppen zu Wort kommen zu lassen.» Direkte Schuldzuweisungen fand Stalder kaum. Obwohl zum Teil offensichtlich wertende Worte wie beispielsweise «militante Schreier» oder «fanatische Extremisten» gebraucht wurden, kreierte die Journalisten keine eindeutigen Freund- oder Feindbilder.

Tagesaktuell. Interessanterweise legte vor allem der «Tages-Anzeiger» wert auf Eigenleistung und hatte während der ganzen Zeit Korrespondenten in London und Nordirland, während die NZZ und die «Basler Zeitung» vorwiegend auf faktenorientierte (Agentur-) Meldungen zurückgriffen. Das Fehlen kritischer Metakommunikation lässt die Frage aufkommen, ob die Schweizer Medienschaffenden etwa zu sehr bemüht waren, neutral und objektiv zu berichten. Zudem war die Berichterstattung trotz zahlreicher Hintergrundberichte und Kommentare eher passiv. Denn selbst in den Hintergrundberichten stand das Tagesgeschehen in Vordergrund. *Debora Leuenberger*

Lisa Stalder
**IRISCHE HARFE GEGEN
ENGLISCHE KRONE**
ikmb, Bern 2006

NEUE FACHARBEITEN

Was Studierende erforscht haben

- ▶ Anna Barbara Widmer: Intersystembeziehungen und Public Relations am Fallbeispiel der Ausstellung «**TUTANCHAMUN** – das goldene Jenseits».
- ▶ Marion Flechtner: Integrierte Unternehmenskommunikation und **ETHISCHE PUBLIC RELATIONS** einer Entwicklungshilfe-Organisation.
- ▶ Corine Tscherrig: Die funktionale Berichterstattung über die **BÜRGERRECHTSINITIATIVE** vom 26.9.2004.
- ▶ Martin Ackermann: Das Beste geben: Die **AUTOBIOGRAPHIE** amerikanischer Präsidenten zwischen Machtlegitimation und Selbstkritik.
- ▶ Franziska Ingold: Virtuell verloren – Wirklichkeitstransfer im **CHATRAUM**.
- ▶ Philipp Furrer: **PODCASTING** in der Schweiz.
- ▶ Christian Bläuer: Die Lokalberichterstattung in den **SOLOTHURNER** Tageszeitungen.
- ▶ Philip Hebeisen: Eine Untersuchung zu Mechanismen staatlicher Kontrolle der Massenmedien in **INDONESIEN** seit 1994.
- ▶ Marlen Marconi: Regional-TV und **SPORTVERBÄNDE**.
- ▶ Stefanie Christ: Die innere Sprache – Dekodierung der Inhalte von **KURZFILMEN** und Kunstfilmen.
- ▶ Mathias Möschi: Die Geschichte der **PUBLIKUMSFORSCHUNG** in der Schweiz.
- ▶ Marc Schneider: Politische **PLAKATE** Deutschlands im 20. Jahrhundert.
- ▶ Mathias Zaugg und Claudia Ramseier: «**NAZIGOLD** und Jugendgeld»: Publizistische Kontroverse um einen Dokumentarfilm.
- ▶ Yvonna Schindler: Die publizistische Kontroverse zur **PAPSTWAHL** Benedikts XVI.
- ▶ Jonathan Sejnoha und Christoph Studer: Das Wesen von **BILDSCHIRMSPIELEN**.
- ▶ **WEITERE FACHARBEITEN** und Bestellung unter www.ikmb.unibe.ch/go/facharbeiten.

Hauptsache überraschend

«Weltwoche» Roger Köppel sieht sein Blatt in der Tradition eines sachlichen, fragestellungsgeleiteten Journalismus. An verschiedenen Veranstaltungen erklärte er, was er unter «Schreiben, was ist», gutem Journalismus und schweizerischem Erfolg versteht.

Text: Eva Pfirter Foto: Daniel Bernet

Unscheinbar und seltsam jugendlich wirkt der neue «Weltwoche»-Chef auf den ersten Blick. Wenn er aber zu referieren beginnt, wächst er vor dem inneren Auge der Zuhörenden; er spricht schnell und findet für seine Gedanken einleuchtende Bilder, die er mit witzigen Anekdoten untermalt. Sein Credo «Schreiben, was ist» visualisierte er auf makabre Weise: «Wenn ein Auto mit 180 Stundenkilometern gegen eine Wand prallt, ist der Fahrer tot. Dies ist ein objektiver Sachverhalt.»

Hohe Ideale. Köppels journalistische Ideale klingen schön und edel: Objektive Realitäten soll der Journalist abbilden und sich nicht von einem vorherrschenden Konsens, der bisweilen ein «monopolistisches Ausmass» annimmt, beeinflussen lassen. Der schreibende Idealist müsse «den Müll wegräumen, damit man wieder das Wesentliche sieht» und sich nicht von «heiligen Sphären» abhalten lassen.

Der perfekte Journalist – das wurde einmal mehr deutlich – ist in Köppels Augen der «Economist»-Journalist, der wertefundiert und stringent schreibt. Aber: Kann wertefundiertes Schreiben objektiv sein? Muss der Journalist nicht, um möglichst objektiv berichten zu können, sich von seinen eigenen Werten und Haltungen möglichst weit distanzieren?

Gewagte Schlussfolgerungen. Die Lösung für dieses Dilemma ist in Köppels Weltbild überraschend einfach: Die zeitungeigene Gesinnung ist eine Optik, während die Gesinnungen der anderer Zeitungen Ideologien sind. Eine etwas simple Sicht für einen bisweilen scharfsichtigen Zeitgenossen. Die Zei-



ROGER KÖPPEL: «Weltwoche»-Besitzer, Chefredaktor und Schweizer Journalist des Jahres.

tung, erklärt Köppel weiter, soll «von einer positiven Energie getragen sein».

Obwohl die «Weltwoche» häufig mit gewagten Schlussfolgerungen um Aufmerksamkeit buhlt und Thesenjournalismus betreibt, proklamiert er einen fragestellungsgeleiteten Journalismus, in dem die Beweisführung wichtiger sei als die Schlussfolgerung. «Eine Zeitung muss vor allem überraschend und interessant sein!»

In der Vorlesung von Roger Blum von einem Studierenden auf die klimapolitische Position der «Weltwoche» angesprochen, gab Köppel offen zu, die «Weltwoche» verstehe sich als «komplementäres Organ», das durchwegs die andere Facette einer Diskussion abbilden wolle. Wenn jedoch dies der Ausgangspunkt einer journalistischen Recherche ist, kann daraus wohl oder übel nur Thesenjournalismus resultieren, was Köppels «fragestellungsgeleiteten Journalismus» und seinem Credo «Schreiben, was ist» diametral zuwider läuft.

Alles eine Frage der Optik

Roger Köppel, Sie sagen, als Journalist müsse man «schreiben, was ist», möglichst objektiv berichten und gegen vorherrschende Meinungen anschreiben. Wird das Gegen-den-Strom-Schwimmen der «Weltwoche» nicht langsam selbst zu einer Konvention?

Widerspruch aus Prinzip ist keine schlechte Position an sich. Es gibt immer eine andere Position, eine vernünftige Variante. Wenn Sie aufhören, danach zu suchen, wird das Blatt langweilig. Natürlich gibt es keine Objektivität.

Die «Weltwoche» hat einen bürgerlich-liberalen Hintergrund, ist verwurzelt in einer bestimmten Tradition und berichtet aus dieser Optik heraus.

Sie haben auch schon gesagt, dass sich die anderen Medien mit der Zeit dem Kurs der «Weltwoche» anpassen werden. Was machen Sie, wenn die Weltwoche Mainstream ist?

Die «Weltwoche» wird nicht so bald Mainstream. Wir müssen konsequent einen eigenen Weg gehen.

Die Suche nach der Wahrheit

Bilanz Als Achtjähriger hielt er sich am liebsten im Keller auf – in der «Redaktion» seines Jugendhefts. Ex-Student Patrick Rohr war schon immer Journalist.

Text: Denise Sidler Foto: zvg/René Ruis/SF

«Für mich gab es nie eine andere Option. Ich wollte schon immer Journalist werden», sagt Patrick Rohr und schmunzelt, wenn er an das Heft denkt, das er damals im Keller produziert hatte. Zu Beginn verkaufte er es für fünf Rappen das Stück – inklusive Gartentipps und Gratisbeilage Sonnenblumenkerne.

Etwas bewirkt. Er hatte genaue Vorstellungen davon, was guter Journalismus ist: Unvoreingenommen und neugierig. «Er hinterfragt, stellt Zusammenhänge her und ordnet ein. Es klingt etwas pathetisch, aber es geht um die Suche nach der Wahrheit.»

Doch die Wahrheitssuche will gelernt sein. Mit 14 Jahren startete Patrick Rohr bei den «Glarner Nachrichten». Er durfte dort «sehr früh viel machen». Und als Rohr einmal den Chefredaktor vertrat, liess er es sich nicht nehmen, seinem Ärger über die vielen Autos bei einem Velorennen mit so genannter «Ostblock»-Beteiligung in einem Frontkommentar zünftig Luft zu machen. Titel: «Ost gegen West – gegen die Luft».

Sämtliche Autohändler des Kantons Glarus gingen in der Folge auf die Zeitung los. Er grinst: «Verlag und Chefredaktion standen zum Glück hinter

mir. Eigentlich war ich stolz, weil ich etwas bewirkt hatte.»

Neugier und Wissensdurst. Nach der Matura begann Rohr in Bern Germanistik, Medienwissenschaft und Politikologie zu studieren. Nach sechs Semestern brach er jedoch ab. Grund: «Zu wenig Praxis – und die Chance, beim Radio Rottu Oberwallis voll einzusteigen.» Richtig gefallen hat ihm eigentlich nur das journalistische Blockseminar bei Roger Blum. 1992 begann Rohrs TV-Karriere beim SF-Tagesfernsehen. Zwei Jahre später wechselte er zu «Schweiz aktuell», 1999 zur «Arena», 2002 zu «Quer». Neugier und Wissensdurst treiben ihn immer wieder an, sich auf neue Formate einzulassen. Vor allem bei der «Arena» hat Patrick Rohr viel gelernt, nicht nur politisch: «Ich lernte auch, Kritik einzustecken. Dadurch wurde ich als Persönlichkeit enorm gefestigt.»

Nach 24 Jahren Berufspraxis hat er «nun das Gefühl, viel begriffen zu haben.» Wenn er «Quer» Ende März verlässt, will Patrick Rohr einen Kommunikationsratgeber schreiben. Und er wird als Mediencoach arbeiten: «Ich möchte Leuten, die beruflich mit Medien zu tun haben, vermitteln, dass der Journalist kein Feind ist, sondern ein Partner.» Auf diese Zeit freut er sich sehr.



DAS GEFÜHL, viel begriffen zu haben: Medienmann Patrick Rohr.



Film:
Schmid.

SEITE 6



Heute:
Hug.

SEITE 10



Was ist:
Köppel.

SEITE 14

Impressum

nowelle 13 März 2007

HERAUSGEBER

Förderverein Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Bern (fkmb)

REDAKTION

Eva Pfirter (Inhalt)
Daniel Bernet (Konzept & Realisation)

KONTAKT

Förderverein Kommunikations- und Medienwissenschaft
% ikmb
Universität Bern
Lerchenweg 36
3000 Bern 9
Tel. 031 631 48 40
Fax 031 631 43 40
E-Mail fkmb@ikmb.unibe.ch
Web www.ikmb.unibe.ch

DER FÖRDERVEREIN Kommunikations- und Medienwissenschaft fördert die Tätigkeit des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Bern und unterstützt dessen Lehre und Forschung. Er veröffentlicht wissenschaftliche Erkenntnisse und finanziert Lehrmittel, Bücher, Projekte, Anlässe und die Vergabe von Preisen.

Der Förderverein schafft Kontakte zwischen Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Publizistik. Dadurch werden das Institut und die Fachrichtung breit abgestützt.

Die Mitglieder des Fördervereins werden über neue Erkenntnisse und Trends in der Kommunikations- und Medienwissenschaft informiert.

DER VORSTAND

Dr. Rénatus Gallati (Präsident)
Prof. Roger Blum
J. Pepe Wiss
Pascale Schnyder
Sonja Merwar
Eva Pfirter
Daniel Bernet
Tanja Hackenbruch
Robert Aeberhard



WERDEN SIE MITGLIED!

Ja, ich möchte das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft unterstützen und trete dem Förderverein bei als

- Einzelmitglied Studierende: Fr. 25.—
- Einzelmitglied: Fr. 60.—
- Kollektivmitglied: Fr. 500.—

Vorname, Name

Strasse, Nr.

PLZ, Ort

Telefon

E-Mail

Beruf

Einsenden an: Förderverein Kommunikations- und Medienwissenschaft, % ikmb, Lerchenweg 36, 3000 Bern 9.