

Meinung

«Tages-Anzeiger»/«Bund»: Bitte nichts Halbbatziges!

Gastbeitrag von Peter Studer*

Die Nachricht: Die Zeitung «Der Bund» bleibt erhalten, muss aber 22 Stellen streichen und kooperiert mit dem «Tages-Anzeiger», der seinerseits 57 Stellen abbaut.

Der Kommentar: Aus Bern sind Seufzer der Erleichterung zu hören: Politiker setzen auf die Chance, dass zwei Kaufzeitungen und damit publizistischer Wettbewerb auf dem Platz bleiben. Der bisherige und künftige Chefredaktor des «Bunds» erklärt sich «100-prozentig» überzeugt, obwohl ihm der Zahlmeister Tamedia, der den «Tages-Anzeiger» herausgibt, einen Drittel der Stellen streicht. Opfersymmetrie? Auch die Redaktion des «Tages-Anzeigers» muss um einen Viertel schrumpfen, ungefähr zurück auf den Redaktionsbestand Ende der 80er-Jahre.

Neu ist die Dimension, nicht die Art des Vorgangs. Der «Bund» wird die überregionalen Inhalte ab Herbst weitgehend aus dem Zürcher «Tages-Anzeiger» beziehen: Ausland, Inland, Wirtschaft. In «Bund»-Nähe bleiben dafür eine gemeinsame Bundeshausredaktion – und das Lokale. Seit den 80er-Jahren haben sich kleinere Zeitungen zu «Mantelverbänden» zusammengeschlossen und sich so auf sichere Ufer gerettet (unter ihnen die Mittelland Zeitung). Zweifellos erhielt die Leserschaft mehr für ihr Geld. Unvermutet standen in der vertrauten Tagesausgabe nicht nur ein paar dürre Meldungen der Depeschenagentur, sondern Analysen und Kommentare zum Irak-Krieg, zur Bankenkrise. Denn jetzt konnte eine «Mantelredaktion» sich endlich in Themen vertiefen. Das ermutigte auch die besser dotierten Lokalredaktionen, dörflichen Streit nicht mehr nur den Leserbriefseiten zu überlassen.

Ob im Modell Tamedia / Berner Medien unter dem Strich ein Gewinn für Meinungsbildung und Demokratie herauskommt, ist freilich noch nicht gesichert. Man kann ein Modell auch durch Herunterschalten auf einen allzu rigorosen Spargang an die Wand fahren. Deshalb müssen wir den Blick jetzt auf die Strategie beim Zürcher «Tages-Anzeiger» richten.

Der «Tages-Anzeiger» soll von einer Zeitung mit 6 Bänden auf eine 4-Band-Zeitung schrumpfen. Technischer Vorteil: Mit vier Bänden lässt sich die Zeitung in einem einzigen Durchgang drucken. Aber was enthalten die vier Bände? Der Durchschnittsleser verweilt heute 30 Minuten beim «Tages-Anzeiger». Ich sitze am Frühstückstisch eine Stunde über dem Blatt, ohne die hinterste Zeile zu lesen. Oft staune ich über bemühte und bemühende Kolumnisten, über Füllstöffchen, die sich offenbar bei «Jungen» anbieten wollen. Jetzt die quantitative Ausdünnung? Bitte nur so, dass die Trümpfe einer Qualitätszeitung, Recherche, Analyse und Kommentar, noch deutlicher hervortreten: Rückbau, nicht Reduktion! Wenn der Umfang schwindet, dürften damit Personalbestände etwas sinken, aber nicht auch Personalbudgets wegschmelzen. Recherche, Analyse und Kommentar brauchen mutige, erfahrene Top-Journalistinnen und -Journalisten. Fühlen die sich unterestimiert, flüchten sie zu SRG, Bundesverwaltung und Public Relations – wie unlängst viele bewährte «Tagi»-Köpfe.

Irrtum, zu meinen, ein anspruchsvolles Publikum merke das nicht! Und genau ein solches Publikum muss die Qualitätszeitung, die sich neben dem Fastfood von Pendlerzeitungen, von Online-Seiten behaupten will, doch an sich binden können. Bei Mehrwert für die immer besser ausgebildete Leserschaft darf sie dann auch mehr kosten.

Apropos Pendlerzeitungen: Bei Tamedias Übernahme der «Edipresse» in der Romandie war sofort klar, dass eine der beiden Lausanner Pendlerzeitungen aus den zwei Häusern sterben muss. Weshalb behält die «Tamedia» dann ihre zweite, nach Erdrosselung der «.ch» nunmehr überflüssige Deutschschweizer Pendler-«News» am Leben? «20 Minuten», mittlerweile die mit Abstand leserstärkste Zeitung der Schweiz und Tamedias Goldgrube, ist ja da. Sie lässt sich ebenso gut mit der Online-Plattform Newsnetz verknüpfen. Der eingesparte Betrag könnte «Tages-Anzeiger» und «Bund» begiessen. Ohnehin geht es der Tamedia ja auch 2009

weniger gut als 2008, aber immer noch gut: Die Umsatzrendite wird über 10 Prozent liegen, weit über dem, was andere Schweizer Medienhäuser und Industriebetriebe ausweisen. Tamedia-Boss Martin Kall versprach am Freitag Nachhaltigkeit. Das sei ein Wort.

* Peter Studer (73) war Chefredaktor des «Tages-Anzeigers» (1978 bis 1987) und des Schweizer Fernsehens (1990 bis 1999). Bis vor zwei Jahren stand er dem Schweizer Presserat vor. Der Rechtsanwalt ist heute als Publizist tätig.