

paperpress

.....Newsletter.....

Impressum: paperpress Jugend- und kommunalpolitischer Pressedienst Berlin. Gegründet am 7.4.1976. Gründer und Herausgeber: Ed Koch. Chefredakteur: Chris Landmann (verantwortlich für den Inhalt), Fotoredaktion: Lothar Duclos. Träger / Verlag / Vertrieb / Druck: Paper Press Verein für gemeinnützige Pressearbeit in Berlin e.V., vertreten durch den Vorstand Ed Koch und Chris Landmann. Postanschrift: Paper Press, Postfach 42 40 03, 12082 Berlin. Web: www.paperpress.org (Textarchiv) / www.paperpress-newsletter.de (Newsletter-Archiv) / Telefon: (030) 705 40 14 Fax: 705 25 11 – Leserschriften, Be- und Abbestellung des Newsletters und der monatlichen Druckausgabe: E-Mail: post@paperpress.org – Nachdruck honorarfrei mit Quellenangabe. Der Newsletter wird kostenlos zugestellt. Alle Newsletter-texte auch auf www.paperpress.org. Die Druckausgabe erscheint monatlich. Preis für die Zustellung: 20 Euro jährlich.

Nr. 495 0

25. Juli 2013

38. Jahrgang

BILD BZ

Was bleibt eines Tages übrig, wenn alles Mögliche fusioniert worden ist? Weniger Handyanbieter. Das heißt, weniger Wettbewerb, weniger Angebote, Gleichschaltung. Bei Mobilfunkanbietern hat das kaum Auswirkungen auf die Meinungsfreiheit. Bei der Zusammenlegung von Zeitungen schon.

DIE WELT sollte immer das im Niveau ganz oben angesiedelte Spitzenblatt des Springer-Konzerns sein. Dass man mit so einer Zeitung nicht viel Geld verdienen kann, wusste natürlich der Verleger **Axel Cäsar Springer** (1912-1985). Allein hätte die Zeitung nicht auf dem Markt bestehen können, aber in einem Konzern, in dem auch die BILD Zeitung erscheint. Diese warf genug Geld ab, um DIE WELT mit zu finanzieren. Nach meiner Kenntnis hat **Axel Springer** den Fortbestand der WELT testamentarisch festgelegt. So wird die Zeitung vermutlich nie untergehen. Was Springer offenbar nicht bedacht hat, ist, dass seine Nachfolger die Redaktionen von WELT und Berliner Morgenpost zusammenlegen könnten. Im Wesentlichen ist es egal, ob man WELT oder MoPo liest, jedenfalls die Lokalteile in Berlin sind weitestgehend identisch. Wie diese Fusion der WELT bekommen ist, weiß ich nicht, aber eine große Rolle spielt DIE WELT nicht mehr. Das war früher anders, da galt sie als das konservative Flaggschiff des Verlages, gefürchtet, verachtet und hoch gelobt, je nach politischer Weltanschauung.

Nun teilte der Springer-Verlag gestern mit, dass die Redaktionen von BILD-Berlin und BZ zusammengelegt werden. In der Mitteilung klingt das natürlich euphorischer. „B.Z. und BILD-Berlin im Schulterschluss“. Das ich nicht lache. Außer dem Verlag haben diese beiden Zeitungen nichts gemeinsam. Wer Journalisten der beiden Zeitungen kennt, weiß, was diese jeweils von den Kollegen des anderen Blattes halten, nämlich wenig bis nichts.

Der Verlag spricht von Bündelung der Kräfte, und dass sie sich damit für die Herausforderungen der Digitalisierung neu aufstellen. „Die B.Z., Berlins größte Zeitung, und BILD-Berlin sollen ab November 2013 in einer gemeinsamen Redaktion produziert werden. Mit der Zusammenarbeit entsteht die größte Regionalredaktion für Berlin. Beide Titel behalten ihre publizistische Eigenständigkeit.“ Auch an dieser Stelle bibbert geradezu mein Zwerchfell. **BILD ist BILD und BZ ist BZ, die passen nicht zusammen.** Und dass sie ihre „publizistische Eigenständigkeit“ behalten, kann der Verlag erzählen wem er will. Es kann nicht und wird nicht geschehen. Gleichschaltung wird die Folge sein. Es wird Artikel geben, die sowohl in der BZ als auch in der BILD Zeitung stehen werden, so wie bei WELT und Morgenpost schon jetzt.

„Die Online-Bereiche der Titel werden komplett zusammengeführt und die B.Z. übernimmt die Redaktionssysteme von BILD für die Produktion der gedruckten Zeitung und für den Internet-Auftritt“, heißt es weiter in der Verlagsmitteilung. Na super, im immer wichtiger werdenden Online-Bereich schafft der Verlag gleich klare Verhältnisse.

„Alle Mitarbeiter der B.Z. ziehen am 3. November 2013 vom Kurfürstendamm zurück in das Axel-Springer-Haus Berlin.“ Das wird viele schmerzen und ist der helle Irrsinn. Gerade die Verankerung in der wiedererstärkten alten West-Berliner City, war für die BZ genau der richtige Standort.

In der Vernebelungsmittteilung des Springer-Verlages lesen wir weiter: „Damit (mit der Zusammenlegung, d.Red.) schaffen wir die idealen Voraussetzungen, um auf allen Medienkanälen zukünftig noch schneller und näher bei unseren Lesern zu sein“, sagt **Peter Huth**, Chefredakteur der B.Z. Lieber Herr Huth, was reden Sie da für einen Unsinn. Noch schneller? Wenn ich auf BZ oder BILD klicke, bin ich sofort da, wo ich hin will. Wie soll das noch schneller gehen? Und warum werden Sie durch die Zusammenlegung der Redaktionen näher bei Ihren Lesern sein? Nein, das Gegenteil ist der Fall. Wenn Sie aus dem Kranzler-Eck in die Zentrale ziehen, sind Sie weiter weg.

Kommen wir nun zu den personellen Veränderungen. BZ-Chefredakteur **Peter Huth** wird „künftig zusätzlich Stellvertreter des BILD-Chefredakteurs **Kai Diekmann**. Die Redaktionsleiterin BILD-Berlin, **Miriam Krekel**, 36, wird zusätzlich Stellvertretende Chefredakteurin der B.Z. **Michael Pagel**, 38, Stellvertretender Chefredakteur B.Z., ist zukünftig auch Redaktionsleiter BILD-Berlin. **Kai Diekmann**, BILD-Chefredakteur und Herausgeber aller BILD-Titel, wird zum 1. November 2013 gleichzeitig Herausgeber der B.Z.“ So viel zum Thema Erhalt der „publizistischen Eigenständigkeit“. Da in der Verlagsmitteilung bei Frau Krekel und Herrn Pagel, aus welchem Grunde auch immer, das Lebensalter angegeben ist, bei Herrn Huth und Herrn Diekmann jedoch nicht, möchten wir diese Information ergänzen: **Peter Huth** ist 44 Jahre alt, **Kai Diekmann** 49. Insgesamt also ein junges dynamisches Team.

Was in der Verlagsmitteilung fehlt, nämlich die personellen Konsequenzen, erfahren wir bei SPIEGEL-online: „Der Springer-Verlag legt die Redaktion der Bild-Berlin mit der des Boulevardblatts B.Z. zusammen, **50 Stellen fallen dadurch weg.**“

Auch bei SPIEGEL-online hat man Zweifel am Punkt Beibehaltung der „publizistischen Eigenständigkeit“. „Dass Bild-Chef **Kai Diekmann**, der seinem Blatt zu einem Imagewandel verhelfen will, zusätzlich bei der B.Z. die Funktion des Herausgebers übernimmt, lässt allerdings Zweifel an eben dieser Beteuerung aufkommen, selbst wenn B.Z.-Chefredakteur **Peter Huth** Stellvertreter von Diekmann bei der Bild wird.“ Weiter heißt es beim SPIEGEL: „Die Fusion der Redaktionen kommt nicht unerwartet - und hat auch Personalabbau zur Folge. Nach Angaben eines Sprechers fallen durch die Zusammenlegung rund 50 Stellen weg, beide Redaktionen seien davon betroffen. Insgesamt sind bei der Bild-Gruppe nach SPIEGEL-Informationen bis zu 200 Stellen bedroht.“

Die B.Z. verkauft laut IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.) im zweiten Quartal 2013 nur noch 129.070 Ausgaben täglich, schreibt SPIEGEL-online. „Das entspreche im Vergleich zum Vorjahresquartal einem Auflagenverlust von etwa zehn Prozent, schreibt der Branchendienst Meedia und spekuliert, dass der Grund für die Zusammenlegung der Redaktionen vermutlich auch darin liegen dürfte, dass die B.Z. mittelfristig allein nicht überlebensfähig sei. Die Verluste der B.Z. sind allerdings Teil einer allgemeinen Entwicklung. Auch insgesamt werden gedruckte Zeitungen von immer weniger Menschen gelesen,

wie aus einer am Mittwoch in Frankfurt am Main veröffentlichten Media-Analyse hervorgeht. Der repräsentativen Studie zufolge informieren sich noch rund 45,5 Millionen Menschen täglich durch eine gedruckte Zeitung, das entspricht einem Rückgang um mehr als eine Million Leser. Im Vorjahr hatten noch 46,8 Millionen Umfrageteilnehmer angegeben, täglich die Printausgabe einer Zeitung zu lesen. In der Analyse wurden insgesamt knapp 137.000 Menschen ab 14 Jahren nach ihrer Print-Lektüre gefragt. Bei der jährlichen Media-Analyse wird die Zahl der Leser untersucht, nicht die Auflage eines Verlages.“

Das klingt alles nicht gut. Das Blättern in einer Zeitung verliert offenbar immer mehr an Reiz. Alle wichtigen Informationen kann man inzwischen auf seinem Handy abrufen. Und wer automatisch informiert werden möchte, programmiert die entsprechenden Dienste ein. Eigentlich weiß man heute alles schon, was morgen in der Zeitung stehen wird. Dennoch, kein digitales Medium kann eine Zeitung aus Papier ersetzen. Den Gesamtüberblick einer Zeitungsseite kann man nicht auf den Bildschirm bringen, nicht bei der BZ und erst recht nicht bei der doppelt so großen BILD Zeitung. Interessante Zeitungsartikel schneidet man sich aus und hebt sie auf. Ein Ausdruck aus dem Internet ist nicht annähernd das gleiche.

Zeitungen sind aber eben auch Produkte. Die einen verkaufen sich besser als die anderen. Und wenn es sich nicht mehr rechnet, verschwindet eben ein Produkt vom Markt. Das ist bei Zeitungen besonders tragisch, weil es hier immer um Meinungsvielfalt geht. BZ und BILD sind nicht vergleichbar, sie haben ihren jeweiligen Stil. Die Fusion wird langfristig vor allem dafür sorgen, dass das Profil der BZ verschwindet, denn BILD ist der stärkere Partner. Und wenn Herr Diekmann Oberchef wird, dann haben die BZler nichts zu lachen. Auch wenn der Name anders geschrieben wird, der Slogan des Schokokuss-Herstellers wird in der BZ-Redaktion bald an der Pin-Wand hängen, wenn die BZ dann noch eine eigene Wand hat: „Super Dickmann’s“ oder „So Dickmann’s ist keiner!“

Ed Koch