

Von der Bibel zum Newsticker

ZEITUNGEN Ein Podium in Zug beschäftigte sich mit der Zukunft der Medien. «Out» oder «in» – das war die Frage.

HANSRUEDI HÜRLIMANN
redaktion@zugerzeitung.ch

Es sei eine «lebendige Arbeitstagung» gewesen, sagte Peter Hoppe am Schluss der Veranstaltung, zu welcher der Historische Verein Zentralschweiz eingeladen hatte. Als deren Präsident hatte er am Morgen den mehrstündigen Anlass zum Thema «Brattig, Tagblatt, Newsticker» im Burgbadsaal eröffnet, zu dem namhafte Referenten verpflichtet werden konnten. Und wie es sich für einen historischen Verein gehört, galt der erste Teil dem Rückblick auf die Entwicklung der Medien, von den bescheidenen Anfängen, als der «christliche Hauskalender» und die Bibel der einzige Lesestoff waren. Erst im 19. Jahrhundert begannen die Informationen mit dem Aufkommen der ersten Lokalzeitungen rascher und umfassender zu fliessen. Sie waren stark konfessionell oder parteipolitisch gefärbt, was sich erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts nicht zuletzt dank der Konkurrenz von Radio und Fernsehen zu wandeln begann.

Entwicklung nicht verschlafen

Diesem Wandel und den Auswirkungen für die Zukunft der Tageszeitung galten die Ausführungen des Publizisten Karl Lüönd. Er verwies auf den grossen Einfluss der Gratiszeitungen und die elektronischen Inhalte, die online in der Regel ebenfalls gratis konsumiert werden können. Ähnlich sei es mit den Firmenmedien, die den Leser mit Interessen gebundenen, aber professionell gemachten Infos belieferten. «Im gleichen Mass, wie die Corporate Medien in jüngster Zeit aufrüsten und dafür fähige Journalisten rekrutieren, dünne die traditionellen Verlage ihre Redaktionen aus», sagte der erfahrene Journalist und heutige Publizist.

Die Frage nach dem kommerziellen Erfolg der herkömmlichen Tageszeitungen nahm auch im anschliessenden Podiumsgespräch einen breiten Raum



Karl Lüönd, Marcus Sandl, Thomas Bornhauser und Francesco Welti (von links) waren sich nicht überall einig.

Bild Christof Borner-Keller

ein. Für Thomas Bornhauser, Chefredaktor der «Neuen Luzerner Zeitung», sind «eine gewisse Grösse und die

«Verlage dünne ihre Redaktionen aus.»

KARL LÜÖND,
PUBLIZIST

wirtschaftliche Sattelfestigkeit» nicht nur für das finanzielle Überleben eines Blattes entscheidend, sondern auch für die Unabhängigkeit der Redaktion. «Es braucht die richtige Grösse», sagte Francesco Welti, Chefredaktor der ONZ Obwalden und Nidwalden Zeitung, die

sich als Mikrozeitung und Multimedia-Plattform versteht. Kleine könnten auch erfolgreich sein, wenn sie lokal beheimatet und damit nahe beim Leser seien, so Welti.

Qualität hat ihren Preis

Ein weiterer wichtiger Punkt, den Franz-Xaver Risi als Gesprächsleiter anschnitt, war die Frage nach der Glaubwürdigkeit von Inhalten. «Eine komplexe Welt verlangt nach klugen Analysen», sagte dazu Karl Lüönd, was kompetente Mitarbeiter bedinge, die ein Dossier, wie zum Beispiel die Armeefrage, fundiert beherrschten.

Diese Forderung war im Podium unbestritten; die Frage, wie man vor allem junge Leser für Hintergrundberichte und vertiefte Analysen gewinnen

könne, war dagegen schwieriger zu beantworten. Einig war man sich darin, dass die mittlere Generation, die mit dem Printmedium aufwuchs, viel eher eine Zeitung zur Hand nimmt als die «Digital-Kids», die gezielt auf die ihnen passende Informationsquelle zurückgreifen. Lüönd ist dennoch überzeugt, dass «vertiefte und gut recherchierte Beiträge» auch in Zukunft ihre Leser haben werden. Diese müssten dafür allerdings bezahlen, weil Qualität nirgends gratis zu haben sei. Dem stimmte auch Thomas Bornhauser zu, äusserte sich jedoch nicht konkret zu den Schritten, die bezüglich Erhöhung des Abonnementspreises geplant sind. Umso eindringlicher appellierte er an alle, zusammenzustehen, damit uns «die Zeitung als Kulturgut erhalten bleibt».