

aus  
politik  
und  
zeit  
geschichte

---

beilage  
zur  
wochen  
zeitung  
das parlament

Hermann Meyn

Weithin im Getto:

Die Presse der Verbände

Die Gewerkschaften

und die Kirchen – zwei Großgruppen  
mit publizistischen Sorgen

ISSN 0479-611 X

Wolfgang Beywl

Die Alternativpresse – ein  
Modell für Gegenöffentlichkeit  
und seine Grenzen

B 45/82

13. November 1982

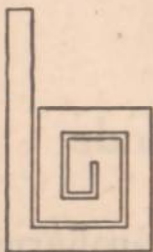
---

Hermann Meyn, Dr. phil., geb. 1934; 1964—1969 Wissenschaftlicher Assistent am Institut für Publizistik der Freien Universität Berlin; 1969—1972 Redakteur beim „Spiegel“; 1972—1979 Chefredakteur der Zeitschrift „journalist“; 1979—1981 Sprecher des Senats und Leiter des Presse- und Informationsamtes in Berlin; seit 1981 Freier Journalist in Berlin.

Veröffentlichungen u. a.: Die Deutsche Partei, Düsseldorf 1965; Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland, völlig überarbeitete Neuauflage, Berlin 1979.

Wolfgang Beywl, M. A., geb. 1954; Studium der Sozial- und Erziehungswissenschaften in Bonn; seit 1977 aktionsforscherisch im Bereich der Protest- und Alternativbewegung tätig; bereitet mit dem „Bonner Institut für Demokratieforschung“ ein Weiterbildungsprojekt im Bereich bürgernaher Medienarbeit vor.

Veröffentlichung u. a.: (mit Wilfried Nelles) Bürgerinitiativen und Selbsthilfegruppen, in: M. Irle (Hrsg.), Handbuch der Psychologie, Bd. 13.2. Marktpsychologie, Göttingen 1982 (im Erscheinen).



Herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung,  
Berliner Freiheit 7, 5300 Bonn 1.

Redaktion:

Dr. Gerd Renken, Dr. Klaus Wippermann, Paul Lang, Holger Ehmke.

Die Vertriebsabteilung der Wochenzeitung DAS PARLAMENT, Fleischstr. 61—65, 5500 Trier, Tel. 06 51/461 71, nimmt entgegen

- Nachforderungen der Beilage „Aus Politik und Zeitgeschichte“;
- Abonnementsbestellungen der Wochenzeitung DAS PARLAMENT einschließlich Beilage zum Preis von DM 12,60 vierteljährlich (einschließlich DM 0,77 Mehrwertsteuer) bei Postzustellung;
- Bestellungen von Sammelmappen für die Beilage zum Preis von DM 6,50 zuzüglich Verpackungskosten, Portokosten und Mehrwertsteuer.

Die Veröffentlichungen in der Beilage „Aus Politik und Zeitgeschichte“ stellen keine Meinungsäußerung des Herausgebers dar; sie dienen lediglich der Unterrichtung und Urteilsbildung.



# Weithin im Getto: Die Presse der Verbände

## Die Gewerkschaften und die Kirchen — zwei Großgruppen mit publizistischen Sorgen

### I. Funktionen der Verbandspresse

Über Zeitungen und Zeitschriften mit hohen Auflagen, beispielsweise über „Bild“, „stern“ oder „Spiegel“, gibt es ausführliche wissenschaftliche Untersuchungen und nicht-wissenschaftliche Auseinandersetzungen; auch die Presse, die gelegentlich bei Mini-Auflagen steckenbleibt, die lokale Presse, braucht sich über Mangel an Beachtung nicht zu beklagen<sup>1)</sup>. Verglichen damit erregt die Publizistik der Verbände wenig Aufsehen, obgleich die Zeitschrift des Allgemeinen Deutschen Automobil Clubs, die „ADAC motorwelt“, eine Auflage von 6,7 Millionen Exemplaren erreicht und damit vor Springers Programmzeitschrift „Hör zu“ (3,7 Millionen) und Burdas „Das Haus“ (2,7 Millionen) die mit Abstand auflagenstärkste regelmäßig erscheinende Publikation in der Bundesrepublik ist. Was die Publizität betrifft, geht es den in Millionen-Stärke erscheinenden Blättern der Gewerkschaften und der Kirchen kaum anders: Sie spielen in der öffentlichen Diskussion so gut wie keine Rolle.

Das hängt natürlich zum Teil mit ihrer Funktion zusammen. Periodika der Verbände — und dazu zählen im weiteren Sinne auch die Gewerkschaften und die Kirchen — dienen zunächst einmal der Binnenkommunikation. Sie sollen die Mitglieder informieren. Die Basis soll wissen, was die Spitze denkt und tut, wengleich „denen da oben“ es manchmal lie-

ber wäre, wenn der Informationsprozeß in umgekehrter Richtung verlief. Zu eng definiert, läuft die Information der Mitglieder von Verbänden über die Aktivitäten der Führung Gefahr, zur Hofberichterstattung zu verkommen. Entfernt sich die Redaktion andererseits zu weit in ihren Auffassungen von der Verbandsführung, riskiert sie Ärger mit dem Arbeitgeber. Wie auch immer die Informationsfunktion der Verbandspresse im einzelnen ausgelegt werden mag — um eine gewisse Nähe zur Spitze und Orientierung an ihr kommt keine Zeitung und Zeitschrift dieses Genres herum.

Das kann — je nach dem — für die Mitglieder durchaus eine interessante und spannende Lektüre sein, wobei die Attraktivität normalerweise steigerungsfähig ist, wenn das Blatt des Verbandes sich auch noch auf eine zweite Funktion besinnt, nämlich ein Forum für seine Mitglieder zu sein. Leserbriefe sind das eine, das Selbstverständliche; von mehr Selbstbewußtsein aber zeugt es, wenn auch Verbandszeitschriften Diskussionen führen, unterschiedliche Meinungen der Mitglieder gegeneinander stellen und veröffentlichen.

Verbände wollen etwas für ihre Mitglieder bewirken. Sie sind Teil der Gesellschaft und wollen von der Gesellschaft positiv beurteilt werden. In diesem Bestreben sind sie auf Publikationen angewiesen, die ihr Wollen und Wirken darstellen. Neben der Binnenkommunikation hat deshalb die Verbandspresse als Drittes die Funktion, für die Präsentation nach außen zu sorgen.

<sup>1)</sup> Vgl. u. a.: Günter Wallraff, *Der Aufmacher*, Köln 1977; Otto-Walter Haseloff, *Stern*, Mainz 1977; Dieter Just, *Der Spiegel*, Hannover 1967; Michael Wolf Thomas (Hrsg.), *Die lokale Betäubung oder der Bürger und seine Medien*, Berlin — Bonn 1981.



## II. Selbstkritik der Gewerkschaften und der Kirchen

Die Gewerkschaften und die Kirchen sind neben einigen anderen in einem Atemzug zu nennen, wenn von den großen gesellschaftlichen Kräften in der Bundesrepublik die Rede ist. Beide haben eine Millionen-Mitgliedschaft, sind Großorganisationen mit mächtigen Apparaten, blicken auf Traditionen zurück und werden von allen politischen Gruppierungen gehört; nur in einem Punkt fühlen sich beide schwach: in ihrer Publizistik. Schon vor zehn Jahren stellte der Bundesvorstand des Deutschen Gewerkschaftsbundes vor den Delegierten des neunten Bundeskongresses selbstkritisch fest: „Der Wunsch, ein Optimum an Informationen nach außen wie nach innen zu erreichen, führte dazu, daß auf zahlreichen Gewerkschaftstagen und DGB-Bundeskongressen entsprechende Anträge gestellt wurden. Sie zielten auf mehr Einheitlichkeit, mehr Koordination und mehr Kooperation ab und gingen bis zur Forderung nach einer gewerkschaftlichen Tageszeitung. Keiner dieser Anträge kam, als es ernst wurde, zum Zuge.“

Noch älter und trotzdem nicht veraltet ist die Diagnose, die vor siebzehn Jahren der Weihbischof Walther Kampe während einer Arbeitstagung des Zentralkomitees der deutschen Katholiken in Münster gab: „Es ist uns tatsächlich nicht gelungen, einen entscheidenden Einbruch in die öffentliche Meinung und in die Zentren der Meinungsbildung durchzuführen. Wir leiden an einer Überfülle des Angebots und daher an einer Zersplitterung der verfügbaren publizistischen Kräfte.“ Was für den DGB und die katholische Kirche gilt,

stimmt auch für die Protestanten. Ihr Landesbischof Johannes Hanselmann stellte einleitend zum „Publizistischen Gesamtplan der Evangelischen Kirche in Deutschland“ vor drei Jahren fest: „Wer über die Kommunikation in der Kirche nachdenkt, steht vor einem gewissen Dilemma. Es erscheint zwar eine ständig wachsende Anzahl von kirchlichen Informationsdiensten, Zeitschriften und Mitarbeiterpublikationen aller Art. Daß dies zur stärkeren Ausprägung eines gesamtkirchlichen Bruderschafts- und Verantwortungsbewußtseins geführt hat, kann man aber nicht ohne weiteres sagen. Ähnliches gilt für die Kommunikation zwischen Kirche und Gesellschaft: Ausbau und Professionalisierung der kirchlichen Öffentlichkeitsarbeit in den letzten Jahren haben nicht verhindern können, daß sich Zeugnis und Dienst der Kirche heute schwerer als früher im ‚Zeitgespräch der Gesellschaft‘ vermitteln lassen.“<sup>2)</sup>

Selbstkritische Bekundungen können natürlich recht unterschiedliche Zwecke verfolgen. Sie können ein Ansporn sein für die Macher, sich zu bessern; sie können ein Appell an Delegierte und Entscheidungsträger sein, die Finanzquellen stärker sprudeln zu lassen; sie können selbstverständlich auch ein Mittel sein, um Fehleinschätzungen von außen abzuwehren — Fehleinschätzungen über die publizistische Macht der Gewerkschaften und der Kirchen, die sich geradezu anbieten, wenn man allein auf die Auflageziffern blickt und nicht genauer analysiert, was dahinter steckt.

## III. Bestandsaufnahme der Gewerkschaftspresse

### 1. Daten und Fakten

Bei flüchtiger Betrachtung erscheint der Deutsche Gewerkschaftsbund als ein publizistischer Riese. Die Mitgliederzeitschriften und Funktionsorgane, Gruppenblätter für Arbeiter und Angestellte, Beamte und Frauen, Ju-

gendliche und ausländische Arbeitnehmer, die regionalen Schriften und anspruchsvollen Publikationen wie die „Mitteilungen des Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Instituts“ und die „Gewerkschaftlichen Monatshefte“, das sind alles in allem rund 150 periodische Veröffentlichungen mit einer jährlichen Auflage von etwa 200 Millionen Exemplaren. Freilich zeigt ein Vergleich mit „Bild“, daß diese Größenordnung gar nicht so imponierend ist, denn „Bild“ allein erreicht im Jahr die siebenfache Auflage — knapp 1,5 Milliarden Exemplare.

<sup>2)</sup> Publizistischer Gesamtplan der Evangelischen Kirche in Deutschland. Vorgelegt von der Kammer der EKD für publizistische Arbeit und im Auftrag des Rates der EKD herausgegeben von der Kirchenkanzlei, Gütersloh 1979, S. 11.



Die Auflagen-Macher der Gewerkschafts-  
presse sind ihre Zentralorgane, die Publikatio-  
nen der Einzelgewerkschaften, die jedes Mit-

glied kostenlos erhält. Der „Leitfaden für  
Presse und Werbung“ weist für 1981 folgende  
Auflagezahlen der Zentralorgane aus:

Gewerkschaft	Mitglieder (Tausend)	Publikation	Auflage (Tausend)	Erscheinungs- weise
IG Bau-Steine Erden	526	Der Grundstein	570	monatlich
IG Bergbau und Energie	364	einheit	496	2 × monatlich
IG Chemie-Papier- Keramik	658	Gewerkschaftspost	500	monatlich
IG Druck und Papier	139	druck und papier	140	14tägig
Gewerkschaft der Eisenbahner Deutschlands	408	Der deutsche Eisenbahner	400	monatlich
Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft	174	Erziehung und Wissenschaft	197,5	monatlich
Gewerkschaft Gartenbau, Land- und Forstwirtschaft	42	Der Säemann	50	monatlich
Gewerkschaft Handel, Banken und Versicherungen	334	ausblick	326	monatlich
Gewerkschaft Holz und Kunststoff	141	Holzarbeiter-Zeitung	1 25	monatlich
Gewerkschaft Leder	55	Leder-Echo	40	monatlich
IG Metall	2 685	Metall	2 300	14tägig
Gewerkschaft Nahrung- Genuß-Gaststätten	253	einigkeit	160	11 × jährlich
Gewerkschaft Öffentliche Dienste, Transport und Verkehr	1 119	ötv-magazin	1 008	monatlich
Deutsche Postgewerkschaft	436	Deutsche Post	444	14tägig
Gewerkschaft Textil-Bekleidung	293	textil-bekleidung	290	11 × jährlich

Quelle: Stamm '81

Die Tabelle macht deutlich, wer die Stärksten  
sind: die Industriegewerkschaft Metall, deren  
Zeitschrift „Metall“ vierzehntägig mit einer  
Auflage von 2,3 Millionen Exemplaren heraus-  
kommt, gefolgt von der Gewerkschaft Öffent-  
liche Dienste, Transport und Verkehr, deren  
„ötv-magazin“ in knapp einer Million Stück  
monatlich erscheint, und die IG Bau-Steine-  
Erden, die monatlich mit ihrem „Grundstein“  
570 000 Interessenten, vornehmlich Mitglie-  
der, erreicht.

Wieviel Geld sich der Deutsche Gewerk-  
schaftsbund und seine Einzelgewerkschaften  
dies alles — die kleinen, aber feinen Zeit-  
schriften für Spezialisten wie die Mitglieder-  
blätter mit Millionenaufgabe — kosten läßt,  
hat die Gegenseite schon seit langem interes-  
siert. Reinhard Jühe, damals wissenschaftlicher  
Mitarbeiter im Institut der deutschen  
Wirtschaft in Köln, stellte 1980 folgende Über-  
legungen an: „Zwar tragen der DGB und seine  
Gewerkschaften der Forderung nach Offenle-



gung ihrer Finanzen, nach ‚gläsernen Taschen‘, insoweit Rechnung, als die meisten Organisationen in ihren Geschäftsberichten und zum Teil auch in ihren Zeitschriften einen Kassenbericht vorlegen, die Angaben sind jedoch erstens nicht immer vollständig und zweitens wegen mangelnder Standardisierung nicht vergleichbar. Für 1975 wurden die Ausgaben der Gewerkschaften für Presse, Werbung, Agitation und ähnliches auf etwa 70 Millionen DM geschätzt, wovon der größte Teil, nämlich 55 bis 60 Millionen DM, für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung gestanden haben dürfte. Diese Schätzung dürfte im übrigen eher zu niedrig ausgefallen sein, denn bei einer jährlichen Auflage von über 200 Millionen Exemplaren entspräche dies einem Stückpreis von unter 30 Pfennig, was bei der breiten Auffächerung der Gewerkschaftspresse und der aufgrund zum Teil niedriger Auflagen nicht gerade kostengünstigen Produktionsweise unrealistisch erscheint. Hier liegt insbesondere der Verdacht nahe, daß die Personalkosten in vielen Fällen gar nicht oder nur unzureichend berücksichtigt wurden.“<sup>3)</sup>

Seit 1975, also seit dem Zeitpunkt, auf den sich Jühes Schätzungen beziehen, sind die Kosten der Gewerkschaftspresse zweifellos erheblich gestiegen, wie jede Nachfrage beim Verband Deutscher Zeitschriftenverleger bestätigt. Nimmt man Jühes sicherlich nicht ganz unberechtigten Einwand hinzu, daß die Personalkosten in den Zuordnungen zu einzelnen Positionen — gelinde ausgedrückt — nicht immer ganz eindeutig aus den Geschäftsberichten ablesbar sind, kommt man ohne große Hochrechnungen auf eine Gesamtsumme, die erheblich über einhundert Millionen Mark liegt.

## 2. Die Zentralorgane — alte Vorurteile, neue Tendenzen

Vorurteile haben die Eigenschaft, zählebig zu sein, zu überdauern; sie bleiben noch lebendig, selbst wenn sich der Gegenstand, über den geurteilt wird, längst gewandelt hat. Das Image, durch und durch langweilige Produkte zu sein, haftet vor allem den Zentralorganen der Gewerkschaftspresse an, ein Image, das sich in der Vergangenheit nicht ganz zu unrecht gebildet hat. Denn wer sich heute einmal die Mühe macht und in früheren periodischen Veröffentlichungen des Deutschen Gewerk-

schaftsbundes oder der Deutschen Angestellten-Gewerkschaft, der DAG, blättert, wird mit Erschrecken feststellen, wie typographisch lieblos und inhaltlich dürftig sich diese Blätter noch viele Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges präsentierten. Eines stand bei allen publizistischen Erzeugnissen dieses Genres ganz oben an: Das unablässige Hämmern gewerkschaftspolitischer Zielvorstellungen und Parolen.

So etwas ermüdet auf die Dauer. Der DGB hat das erkannt und seine Pressearbeit modernisiert. Geändert haben sich, wenigstens zum Teil, die Zentralorgane der Industriegewerkschaften, die Mitgliederzeitschriften. Gewiß, „Der Grundstein“ und die „einheit“, der „ausblick“ und der „Der Säemann“, das „Leder-Echo“ und das „ötv-magazin“, „einigkeit“ und „metall“, „Deutsche Post“ und „Deutsche Polizei“, um nur einige zu nennen, sind Namen, die bis auf die Mitglieder kaum jemand kennt, Namen von Zeitschriften, die Monat für Monat Millionen erreichen — kostenlos frei Haus geliefert, finanziert durch die Beiträge der Mitglieder und heute teils so flott geschrieben und reich illustriert, als ob sie sich im Kiosk zwischen vielen bunten Blättern mit fast aus- und schick angezogenen Frauen behaupten müßten.

So ist zum Beispiel das Sprachrohr der Gewerkschaft Öffentliche Dienste, Transport und Verkehr, das vorhin erwähnte „ötv-magazin“, das alle vier Wochen an knapp eine Million Mitglieder geht, gemacht. Wofür diese sich interessieren, wenn sie „ihr Blatt“ in die Hände nehmen, versuchte die „ötv-magazin“-Redaktion vor einiger Zeit durch eine Repräsentativumfrage des Instituts für angewandte Sozialwissenschaften in Bonn-Bad Godesberg herauszufinden. Die Wissenschaftler ermittelten: Die Unterrichtung über ihre rechtliche Stellung am Arbeitsplatz und über aktuelle tarifpolitische Fragen setzen die Mitglieder der ÖTV an die Spitze ihrer Informationswünsche. Fast genau so viele, nämlich 56 Prozent der Befragten, möchten vor allem erfahren, wie es mit der sozialen und materiellen Absicherung aussieht. Sie erwarten, daß ihnen das „ötv-magazin“ Argumentationshilfen liefert, die es ihnen erleichtern, sich für die Interessen der Mitglieder im Betrieb und in der Verwaltung einzusetzen. Sehr geteilt sind hingegen die Meinungen, ob das Mitgliederblatt sich aus der allgemeinen Politik heraushalten, nur das Wichtigste dazu sagen oder allgemeinpolitische Fragen ausführlich behandeln sollte. Für jede Möglichkeit entschied sich fast ein Drittel — ein Ergebnis, das den Magazin-Machern

<sup>3)</sup> Reinhard Jühe, Das Unternehmerbild der Gewerkschaftspresse (= Beiträge zur Gesellschafts- und Bildungspolitik, Bd. 55), Köln 1980, S. 11/13.



zu der Einsicht verhalf: Wir können machen, was wir wollen, recht können wir es immer nur einem Teil machen.

Dies hat, wie sich bei einer genaueren Durchsicht der Zeitschrift zeigt, die Redaktion nicht resignieren lassen. Im Gegenteil: Die Bemühungen, bei den Lesern anzukommen, beginnen bereits auf der Titelseite, die — vierfarbig und ideenreich gestaltet — kaum gegenüber der massiven Konkurrenz der Illustrierten zurücksteht.

Ökonomisch gesehen konkurrieren Publikumszeitschriften natürlich nicht mit Zentralorganen — die einen gibt's umsonst, die anderen kosten zwei, drei und mehr Mark. Und doch stehen sie im Wettbewerb miteinander — im Wettbewerb um die Zeit, die Bürger dieser Republik für Lektüre aufzubringen bereit sind. Da das Zeitbudget nun einmal begrenzt ist, kommt es für die Gewerkschaftspresse, wenn sie Beachtung finden will, eben doch darauf an, attraktiv zu sein — in der Aufmachung wie im Inhalt.

In der Tat ist das „ötv-magazin“ innen so farbig wie außen. In lockerer Folge wechseln Berichte über Arbeitszeitregelungen und Arbeitsplätze, über Themen also, die traditioneller Weise zentrale Punkte der Gewerkschaftspresse sind, mit Reportagen und Glossen, die nur am Rande mit ÖTV-Problemen zu tun haben. Da wird beispielsweise unter der Überschrift „Selbst edle Tropfen werden in Näpfe gespuckt“ auf fünf Seiten geschildert, wie die Prüfer des Weinbauamtes Eltville in Weinbergen und -kellern mit Mostwaage und Gaumen den Kampf gegen die Panscher aufgenommen haben. Freilich, so ganz ohne Bezug zur Gewerkschaft geht es auch in dieser Reportage nicht. Da sagt dann der Personalratsvorsitzende des Weinbauamtes einige schöne Worte über das gute Betriebsklima, Worte, deren Wahrheitsgehalt in gar keiner Weise bestritten werden soll, aber das „ötv-magazin“ kommentiert dann plump: „Als Vorsitzender des Personalrats weiß er es. Starke Interessenvertretung gegenüber dem Arbeitgeber ist für ihn nicht ohne starke Gewerkschaft, nicht ohne die Gewerkschaft ÖTV, denkbar.“<sup>4)</sup> Das klingt nicht nur nach Holzhammer-Methode, das ist sie, aber sie wird, das muß dem Magazin ausdrücklich bescheinigt werden, nur selten verwendet.

Die ÖTV-Mitglieder mögen die Mischung, die ihnen ihr Magazin serviert. Die vorhin er-

wähnte Umfrage des Instituts für angewandte Sozialwissenschaften ergab: 69 Prozent der Befragten stufen ihre Gewerkschaftszeitung als „unterhaltsam“ ein, 70 Prozent halten sie für „gründlich“, und 73 Prozent loben ihre Praxisnähe. Und was für die Redaktion noch erfreulicher ist: Jedes zweite Mitglied, und das sind immerhin 500 000, liest das Blatt regelmäßig, und zwar nicht nebenan am Arbeitsplatz, sondern in aller Ruhe zu Hause. Die Geschichte von den Papierkörben, in denen sich die ungelesenen Zentralorgane der Gewerkschaftspresse stapeln, muß wohl gründlich umgeschrieben werden.

Ähnlich wie die ÖTV hat sich auch die IG Metall in den letzten Jahren in verstärktem Maße darum bemüht, in Umfragen die Leserbedürfnisse für ihr Zentralorgan zu ermitteln<sup>5)</sup>. Herausgekommen ist dabei viel, nämlich eine Zeitschrift, die lesenswert ist.

Das heißt selbstverständlich nicht, daß die 2,3 Millionen Mitglieder das Zentralorgan „metall“ allesamt als ihr Leib-und-Magen-Blatt betrachten, daß sie es gar nicht mehr erwarten können, bis die nächste Ausgabe erst wieder in zwei Wochen erscheint. Andererseits läßt sich nicht bestreiten, daß „metall“ heute eine Zeitung ist, die munter informiert und mutig kritisiert, die gesellschaftspolitische Entwicklungen aufspürt und gewerkschaftliches Bewußtsein widerspiegelt — so gut wie nie theoretisch-abstrakt, sondern betriebs- und arbeitsplatznah, nie langatmig, sondern prägnant und zupackend, nie betulich-belehrend, sondern frisch und unterhaltend.

Daß Chefredakteur Jürgen Mechelhoff, der einst für den „Spiegel“ schrieb, und seine Mitarbeiter eine klare Sprache sprechen, die Dinge so beim Namen nennen, wie sie es verdienen, belegen besonders eindrucksvoll die größeren Reportagen. Kostprobe aus einer Drei-Seiten-Geschichte über die „Kriminalität der feinen Leute“: „Weiße Kragen sind ihre Masken, ihre Tatwaffen sind aus Papier. Kriminelle, die mit Bilanzen statt mit Brecheisen, mit Konten statt Kanonen, mit fingierten Geschäften statt mit geschäftigen Langfingern in die eigene Tasche wirtschaften, richten jährlich einen Schaden an, den Experten zwischen 20 und 45 Milliarden Mark schätzen.“<sup>6)</sup>

Nach einem solchen Einstieg beschränkt sich „metall“ dann aber nicht aufs Polemisieren,

<sup>5)</sup> Einzelheiten siehe: „metall“ und „Der Gewerkschafter“ im Urteil der Leser. Kurzfassung einer infas Untersuchung, Frankfurt a. Main o. J.

<sup>6)</sup> „metall“, 28. 2. 1981.

<sup>4)</sup> „ÖTV-Magazin“ H. 3, 1981.



sondern bringt Fakten. Daß diese dann wiederum einen gewissen Drall erhalten und die Unternehmer nicht gerade mit Samthandschuhen angefaßt werden, ist wohl auch verständlich.

Ganz ohne Agitation kann natürlich auch „metall“ nicht auskommen, vor allem dann nicht, wenn die Tarifrunden näher rücken. Da muß den Kontrahenten auf der anderen Seite gezeigt werden, daß man nicht mit sich spaßen läßt; da denkt man aber beim Einschlagen auf die Arbeitgeber zugleich an die Kollegen, die psychologisch richtig vorbereitet sein müssen, um gegebenenfalls zum Streik bereit zu sein.

Doch „metall“ streut auch ganz bewußt zwischen Agitation und Information Unterhaltendes, Sport-Glossen von Horst Vetten und Fernseh-Kolumnen von Otto Köhler, unterbrochen durch Interviews mit Spitzenpolitikern wie Hans Koschnick und Egon Bahr und aufgelockert durch Leserbriefe und Kurznachrichten, Karikaturen und Berichte aus den Betrieben. Nur eins meiden Jürgen Mechelhoff und sein Team ganz bewußt: die allzu aufdringliche Selbstdarstellung der Gewerkschaftsspitze.

Nach dem Muster, so viel Eigenlob wie nötig, so viel Fakten und Argumente wie möglich, sind neuerdings auch andere Zentralorgane der Gewerkschaften gestaltet, beispielsweise die gemeinsame Zeitschrift der Gewerkschaft Nahrung — Genuß — Gaststätten und der Gewerkschaft Textil — Bekleidung, die unter dem Titel „einigkeit“ erscheint. An Stammthemen der Gewerkschaften, etwa der Arbeit der Betriebsräte in den Unternehmen, geht sie selbstverständlich nicht vorbei, aber sie befaßt sich eben auch mit der Frage, ob das Fernsehen arbeitnehmerfeindlich ist und das modernste Klinikum Europas in Aachen als „Mekka der Medizin“ oder als „Milliardengrab“ betrachtet werden sollte.

Der Wandel hat freilich noch nicht alle Mitgliederzeitschriften erfaßt. Manche arbeiten noch im alten Trott. Auf eingefahrenen Gleisen fährt zum Beispiel immer noch der „Deutsche Eisenbahner“ weiter, und erstaunlicherweise hat auch das zentrale Mitgliederorgan der Deutschen Angestellten-Gewerkschaft, die DAG-Schrift „Der Angestellte“, die Zeichen der Zeit nicht erkannt. Ausgabe für Ausgabe rechnet die Redaktion den 430 000 Beziehern des Blattes vor, was die DAG alles für sie getan hat. Und das liest sich dann so: „Die stellvertretende DAG-Vorsitzende Gerda M.

Hesse hat bei Bundespostminister Kurt Gscheidle in einem Brief Unverständnis für die beabsichtigte Anhebung der Postgebühren bekundet. Der Bundesvorstand der DAG sprach mit dem neuen Präsidenten des Bundesarbeitsgerichts, Dr. Otto Rudolf Kissel. In Bonn traf der DAG-Bundesvorsitzende Herman Brandt mit den Spitzen der SPD-Bundestagsfraktion zusammen.“<sup>7)</sup> „Die DAG hat bei Vertreterversammlungen der Krankenkassen dafür gekämpft, daß die Selbstverwaltung der Kassen gegenüber dem Staat gestärkt wird.“<sup>8)</sup> „Die DAG hat eine Arbeitsmarktabgabe von Beamten und Freiberuflern gefordert.“<sup>9)</sup> „Die DAG warnt vor der Versuchung, die brutto-lohnbezogene Rente in Zweifel zu ziehen.“<sup>10)</sup>

Und so geht es weiter, Seite für Seite, die DAG, die DAG, die DAG.

Gewiß sollen Mitgliederzeitschriften ihren Lesern nicht verschweigen, in welche Richtung die Interessen des Verbandes und ihre Politik gehen, welche Schritte die gewählten Vorstände unternommen haben, um sie in die Tat umsetzen. Aber ein zu starkes Klopfen auf die eigene Schulter bewirkt in der Regel eher das Gegenteil von dem, was man erreichen möchte, eine alte Erkenntnis, die offensichtlich noch nicht bis zur DAG vorgedrungen ist und auch nicht zu allen Gewerkschaften im DGB. Insgesamt hat sich jedoch der neue Trend durchgesetzt — weg von der Agitation, hin zur Information.

### 3. Sonderfall „ran“

Von allen DGB-Veröffentlichungen ist die Zeitschrift für Jugendliche, „ran,“ die munterste. Sie war in der Vergangenheit gelegentlich so aufmüpfig, daß die DGB-Oberen meinten, sie zähmen zu müssen. 1980 wurde die gesamte Redaktion ausgewechselt, weil die Zeitschrift in ihrer Weihnachtsnummer 1979 eine Karikatur veröffentlicht hatte, die eine Diskussion zwischen Maria und Josef über die Abtreibung mit dem Satz enden ließ: „War doch nur Spaß.“ Ärger bekam das Blatt auch mit den Spitzenfunktionären, als es eine Aufklärungsserie für Jugendliche brachte und sich an solche Themen wagte, die in den Gewerkschaften umstritten waren. Prompt fragten besorgte Leser: „Verbrennt ihr ‚ran‘, oder sollen wir das machen?“, und andere schimpf-

<sup>7)</sup> „Der Angestellte“, September 1981, S. 3.

<sup>8)</sup> Ebd., S. 5.

<sup>9)</sup> Ebd., S. 9.

<sup>10)</sup> Ebd., S. 10.



ten: „Ihr macht nur alles runter und bringt nie das Positive.“

Derlei Reaktionen zeigen, daß man auch eine Jugendzeitschrift, die sich als Gegenstück zu Bauers „Bravo“, dem Pop- und Soft-Porno-Blatt des Hamburger Zeitschriften-Konzerns versteht, am liebsten an die kurze Leine legen möchte. Innergewerkschaftliche Kritik ist unbeliebt und unbequem — eine Haltung, die auch auf dem letzten Jugendkongreß des Deutschen Gewerkschaftsbundes im November 1981 im sauerländischen Willingen zu beobachten war. Redakteure leiden darunter, weil sie selbstverständlich letztlich nachgeben müssen oder ihre Position riskieren. Daß dies ausgerechnet bei einer Organisation der Fall ist, die allüberall — und mit Recht — Mitbestimmung verlangt, also auch redaktionelle Mitbestimmung, ist keine Ermutigung.

Und dennoch: Wer heute „ran“ (Auflage: 130000) aufschlägt, wird feststellen, daß die Macher sich nicht total verschüchtert ducken. Sie greifen weiterhin Themen auf, die in anderen Jugendzeitschriften so gut wie überhaupt nicht abgehandelt werden — Themen aus der Arbeitswelt im engeren und der Gesellschaftspolitik im weiteren Sinne. Ein Treffen ehemaliger Angehöriger der Waffen-SS in Bad Hersfeld, die Arbeit eines autonomen Jugendzentrums in Bochum, der zehnjährige Kampf des heroinsüchtigen Michael gegen die Abhängigkeit von Rauschgift, die hanebüchenen Ausbildungsmethoden eines Fliesenlegermeisters, das alles würde „Bravo“ nie interessieren.

Mit dezidierten Meinungen hält die Redaktion nicht hinter dem Berg. So fragte sie beispielsweise in einer Titelgeschichte: „GEMA — eine Mafia?“<sup>11)</sup> In der Reportage über die Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte, die dem Schutz der Urheber und der Wahrnehmung seiner Rechte dienen soll, ging es um die Benachteiligung von Rockmusikern bei der Verteilung der Millionen, die Jahr für Jahr von den Rundfunksendern und anderen Veranstaltern musikalischer Darbietungen in die GEMA-Kasse fließen. Schon die Zwischenüberschriften des Beitrages signalisieren, daß „ran“ nicht zimperlich ist: „Ein erlauchter Kreis von Greisen entscheidet über den 408-Millionen-Kuchen“, „Rockmusikern steigt die blanke Wut in den Bauch“, „Die Herrschaften dürfen sich nicht wundern, mit der Mafia verglichen zu werden.“

<sup>11)</sup> „ran“, Februar 1981.

Im Herbst letzten Jahres glaubte die „ran“-Redaktion, so weit zu sein, um auch an die Kioske gehen zu können. Doch der Plan, mit Hilfe der coop AG und der Gewerkschaft Nahrung—Genuß—Gaststätten in Lebensmittelmärkten und über Zeitungskioske zwischen Stuttgart und Heilbronn zu neuen Leserschichten vorzustoßen, mußte im letzten Moment zunächst zurückgestellt werden — die Grossisten verweigerten jene Vertriebsrabatte, die sich die Redaktion als Einführungspreis erhofft hatte. Aber was nicht ist, kann noch werden, zumal das gestoppte Experiment zeigt: Ohne unternehmerisches Risiko ist auch für den DGB der viel beschworene Dialog mit der Jugend auf dem publizistischen Sektor nicht zu haben.

#### 4. Grenzen der Freiheit

Der oben schon erwähnte Konflikt der Jugendzeitschrift mit dem DGB wegen einer Karikatur und einer Aufklärungsserie bedarf noch einer Nachbetrachtung, denn hier geht es um mehr als um ein „ran“-internes Problem. Die Hamburger Wochenzeitung „Die Zeit“, zwar hinsichtlich der Berichterstattung im Wirtschaftsteil nicht gerade als ein besonders gewerkschaftsfreundliches Blatt bekannt, umschrieb die Lage am 23. Oktober 1981 dennoch richtig so: „Beim Kampf für die Belange der Arbeitnehmer lassen sich die Gewerkschaften von niemandem überbieten — doch wenn sie selbst in der Rolle des Arbeitgebers sind, werden die eigenen Ziele leicht vergessen. Kündigungsschutz, Mitsprache oder ‚innere Pressefreiheit‘ gelten dann offenbar wenig.“<sup>12)</sup> Die Verfasserin des Beitrages, eine Kennerin der Gewerkschaftsszene, hat ihre Kernthese mit vielen Beispielen belegt: Da erfahren Mitarbeiter der DGB-Wochenzeitung „Welt der Arbeit“, die übrigens nicht umsonst ins Haus kommt, „über Nacht“, daß ihre Redaktion von Köln-Deutz nach Düsseldorf verlegt wird; da werden verdiente langjährige Chefredakteure, wie etwa Walter Fabian von den „Gewerkschaftlichen Monatsheften“, kurzerhand gekündigt und innergewerkschaftliche Auseinandersetzungen vertuscht oder einseitig dargestellt — eine Kritik, die sich die IG Chemie-Blätter „Umschau“ und „Gewerkschaftspost“ auf dem Gewerkschaftstag in Essen 1980 gefallen lassen mußten. Zu verstehen ist das alles nicht; erklären läßt sich dieser Umgang von

<sup>12)</sup> Erika Martens, Wenn der Chef Kollege ist, in: Die Zeit. Nr. 44 v. 23. 10. 1981, S. 23.



Vorständen mit Kollegen in den Medien nur aus einer Haltung, die sich vielleicht auf die Formel bringen läßt: Gewerkschaftsblätter sind Vorstandsblätter.

Daß dies heute nicht mehr die gängige Linie ist, daß sich vielmehr die Mehrzahl der Gewerkschaftszeitungen thematisch geöffnet hat, belegen sie Ausgabe für Ausgabe. Bewirkt hat den Wandel in der Sache selbstverständlich vor allem der Wechsel der Personen in den Redaktionen. Dort, wo einst der altgediente Gewerkschaftsfunktionär so nebenbei auch noch eine Zeitschrift machte, sitzen heute Profis, Journalisten, die ihr Handwerk verstehen. Das Rekrutierungsfeld für Gewerkschaftsjournalisten hat sich erweitert<sup>13)</sup>. Gegenüber der fachlichen Eignung tritt die Verbundenheit mit der Gewerkschaftsbewegung mehr und mehr als Auswahlkriterium für Redakteure in den Hintergrund. Wichtiger als der Erfahrungsweg ist der Ausbildungsweg. Gewerkschaftlicher Stallgeruch, ehemals eine unabdingbare Voraussetzung für jemanden,

der ein Gewerkschaftsblatt redigieren wollte, erscheint heute als verzichtbar.

Geändert hat sich auch die Position der Gewerkschaftsjournalisten gegenüber den Vorständen. Früher gehörten sie ihnen selbst direkt an, waren sie von Kongressen gewählte Vorstandsmitglieder mit einer unmittelbaren demokratischen Legitimation; heute arbeiten die meisten Redakteure als Angestellte, die mit dem Vorstand einen Vertrag vereinbart haben und seinen Weisungen unterliegen.

Über die Frage, ob der Typus von früher oder der von heute mehr Freiheit bietet, läßt sich theoretisch trefflich streiten. In der Praxis ist jedoch jeder, ob gewählt oder angestellt, an Vorstandsbeschlüsse gebunden. Das muß nicht das Ende der redaktionellen Freiheit sein. Couragierte und engagierte Redaktionen und tolerante Vorstände — beides gibt es — ermöglichen jedenfalls Blätter, die Interesse verdienen, weil sie nach dem Prinzip arbeiten: So viel Informationen von oben wie nötig, so viel Meinung von unten wie möglich.

## IV. Bestandsaufnahme der Kirchenpresse

### 1. Daten und Fakten

Gefragt, ob die konfessionelle Presse auf dem bundesrepublikanischen Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt eher als ein David oder als ein Goliath einzuschätzen ist, müßte man sich bei einem Blick auf die Zahlen sicherlich für den Größeren entscheiden. Trotz Fehlens einer ganz exakten Statistik ist sicher, daß es die katholischen Blätter auf eine Gesamtauflage von gut elf und die evangelische Publizistik auf rund siebeneinhalb Millionen Exemplaren bringen. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, daß die einzelnen Titel in unterschiedlichen Abständen erscheinen — wöchentlich, monatlich und vierteljährlich. Auf wöchentliche Erscheinungsweise umgerechnet, kommt die konfessionelle Presse auf eine Auflage von knapp sieben Millionen Exemplaren.

Beide Kirchen haben Institutionen entwickelt, die den Zusammenhalt und die Zusammenarbeit der in der jeweiligen Konfession publizistisch Tätigen fördern sollen. So wurde 1949

als freiwilliger und von der kirchlichen Behörde unabhängiger Zusammenschluß die „Arbeitsgemeinschaft katholische Presse e. V.“ (APK) gegründet. Ihr gehören heute Verleger und Redakteure aus 69 Verlagen an, in denen 107 Zeitschriften erscheinen — Bistumsblätter und Wochenschriften, Missionszeitschriften und Publikationen für Frauen und Jugendliche, Magazine und Fachzeitschriften. In ihrer Satzung hat sich die Arbeitsgemeinschaft die Aufgabe gestellt, die Interessen der katholischen Presse in der Öffentlichkeit wahrzunehmen, und zwar „durch Beschäftigung mit Grundsatzfragen der katholischen Pressearbeit; durch Zusammenarbeit mit kirchlichen Stellen und sonstigen Einrichtungen, die sich mit Fragen der katholischen Publizistik befassen; durch Veröffentlichung von Verlautbarungen und Stellungnahmen zu Fragen der katholischen Publizistik; durch Beobachtung und Sammlung aller erreichbaren Äußerungen über die katholische Publizistik; durch Zusammenarbeit mit der katholischen Presse und deren Organisationen im Ausland und mit der evangelischen Presse; durch Zusammenarbeit mit sonstigen berufsständischen Einrichtungen und staatlichen Stellen zur Wahrung all-

<sup>13)</sup> Reinhard Jühe, Die Redakteure der Gewerkschaftspresse, in: Gewerkschaftsreport, Nr. 5, 1979, § 22 ff.



gemeiner pressepolitischer Belange der Arbeitsgemeinschaft.<sup>14)</sup>

Der Arbeitsgemeinschaft und ihren Verlagen dient die Münchner Medien- und Dienstleistung GmbH (MDG) als Service-Instrument, die den katholischen Medienbereich wirtschaftlich und publizistisch stärken soll. Die MDG verfolgt keine eigenen verlegerischen Interessen, sondern versteht sich unter Beachtung der Prinzipien Subsidiarität und Solidarität als Partner der katholischen Verlage der Bundesrepublik.

Die Medien- und Dienstleistungs-Gesellschaft und die Arbeitsgemeinschaft haben gemeinsam ihre Anstrengungen zur Verbesserung der katholischen Publizistik verstärkt, seitdem sie wissen, wie das Kirchenvolk über ihre Produkte denkt. Dies erfuhr die Arbeitsgemeinschaft Mitte der siebziger Jahre aus einer umfangreichen Untersuchung. Sie ergab unter anderem: Die bisherigen Bezieher der Kirchenpresse sind überaltert, weil die Mehrzahl der Leser über 50 ist. Der Anteil der Frauen überwiegt. Es gibt nur wenig jugendliche Leser. Die Kirchenpresse ist in Landgebieten stärker vertreten als in Städten. Sie wird nur selten an erster Stelle als Informationsquelle für kirchliche Nachrichten genannt, aber sie gilt als glaubwürdiger und zuverlässiger als andere Medien, wenn es um Fragen des Glaubens geht.

Die Untersuchung berichtete auch über die Erwartungen an die Kirchenpresse: Die älteren Leser erwarten Bestätigung der traditionellen Lehre, die jungen hingegen Offenheit und Pluralität. Die Amtskirche erwartet von ihrer Presse eine verbindliche Darstellung aller Lehren; junge Leser und junge Familien möchten der Kirchenpresse Lösungen für ihre realen Probleme der Partnerschaft und der Erziehung entnehmen können.

In den katholischen Verlagen erscheinen im einzelnen 22 Bistumszeitungen, die im folgenden Kapitel noch gesondert betrachtet werden, ferner die Wochenschriften „Altöttinger Liebfrauenbote“, „Bayerisches Sonntagsblatt“, „Christ in der Gegenwart“ (Freiburg), „Die Christliche Familie“ (Essen), „Liberiusblatt“ (Hamm) und die „Neue Bildpost“ (Schmallenberg) mit einer Gesamtauflage von rund 600 000 Exemplaren, die dreimal wöchentlich in Würzburg publizierte „Deutsche Tagespost“, Magazine wie „Leben und Erziehen“ (Auflage:

620 000) und „Weltbild“ (Auflage: 370 000) sowie Ordens- und Missionszeitschriften („Mission aktuell“ in einer Auflage von 800 000 Stück zweimonatlich) und spezielle Publikationen für Frauen („Frau und Mutter“, monatlich, Auflage: 600 000), Jugendliche („Die Sternsinger“/Mission, vierteljährlich, Auflage: 837 000) und Verbände.

Ähnlich breit gefächert ist das Spektrum der evangelischen Publizistik. Eine Erhebung aus dem Jahre 1975 kam auf 800 bis 850 Periodika. Das Kernstück bildet auch hier die noch im einzelnen zu analysierende Kirchengebietspresse. Daneben bieten zahlreiche Landeskirchen ihren Mitgliedern kostenlos Publikationen an (Hamburg: „Blickpunkt Kirche“, Evangelische Kirche in Hessen und Nassau: „Im Gespräch miteinander“). Unterhalb der regionalen Ebene kommen die sogenannten „Gemeindebriefe“ heraus. An Leserschichten über die Kerngemeinde hinaus wenden sich Monatsschriften wie die „Evangelischen Kommentare“ und die „Lutherischen Monatshefte“ und selbstverständlich das „Deutsche Allgemeine Sonntagsblatt“, das evangelische Pendant zum „Rheinischen Merkur“.

Um die publizistische Darstellung nach innen und außen zu verbessern, wurde 1974 das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) gegründet. Seine Mitglieder — die Landeskirchen, die kirchlichen Zusammenschlüsse, die großen kirchlichen Werke und die EKD — stimmen laut Satzungspräambel darin überein, „daß evangelische Publizistik eine Funktion der Kirche ist, die in allen ihren Arbeitszweigen an der Erfüllung des Auftrages teilnimmt, dem die Kirche verpflichtet ist, den Gliedern der Kirche zum Verständnis wichtiger Vorgänge in der Christenheit verhilft sowie das Zeugnis und den Dienst der Kirche in der Öffentlichkeit geltend macht.“<sup>15)</sup> Das Gemeinschaftswerk verbindet produzierende und verlegerische publizistische Aktivität mit planenden, beratenden, fördernden, organisierenden und die Zusammenarbeit regelnden Aktivitäten. Die 90 hauptberuflichen Mitarbeiter des Gemeinschaftswerks arbeiten in sieben Fachbereichen: 1. Evangelischer Pressedienst (epd), 2. Ausbildung, Fortbildung und Personalplanung / Christliche Presse Akademie, 3. Hörfunk und Fernsehen, 4. Film / Bild / Ton, 5. Zeitschriften, 6. Buch, 7. Werbung und Public Relations.

<sup>14)</sup> Arbeitsgemeinschaft katholische Presse e. V.: Satzung, Neufassung, beschlossen in der Mitgliederversammlung vom 5. November 1970.

<sup>15)</sup> Zitiert in: Publizistischer Gesamtplan der Evangelischen Kirche in Deutschland, Gütersloh 1979, S. 97.



## 2. Die Bistums- und Kirchengebetspresse

Sowohl bei der katholischen als auch bei der evangelischen Kirche bildet die Bistums- bzw. die Kirchengebetspresse das Rückgrat der Pressearbeit. Die 22 katholischen und 14 evangelischen Ausgaben dieses Genres sind es wert, ein wenig genauer unter die Lupe genommen zu werden, denn nirgendwo sonst zeigen sich die Chancen und Risiken konfessioneller Publizistik so deutlich wie hier.

Zunächst ein Blick in die Bistumspresse; das sind also, wie die Tabelle im einzelnen ausweist, das „Konradsblatt“ und das „Petrusblatt“, das sind „Der Dom“ und „Der Sonntag“, das „Ruhrwort“ und „Kirche und Leben“, um einige Titel zu nennen — Titel, die einer größeren Gemeinde von Gläubigen durchaus etwas bedeuten, Titel, die jedoch kaum jemand kennt, die weder in einer Presseschau auftauchen noch auf andere Weise in ein breites öffentliches Bewußtsein treten.

Daß sie sich indessen der aufmerksamen Beobachtung der höheren Geistlichkeit erfreuen, ist sicherlich kein Zufall. Viele von ihnen stecken in den roten Zahlen, sind also für die katholische Kirche Zuschußunternehmen und schon unter diesem Gesichtspunkt von Interesse. Darüber hinaus hat auch der Inhalt der Bistumsblätter die Kirchenoberen in der Vergangenheit wiederholt beschäftigt. So verabschiedete die Vollversammlung des Zentralkomitees der deutschen Katholiken im Mai 1978 eine Resolution, in der es hieß: „Nach Meinung des Zentralkomitees sind rasche redaktionelle und verlegerische Anstrengungen notwendig, um die Bistumspresse zu einem wirksameren Medium im innerkirchlichen und gesellschaftspolitischen Raum zu entwickeln. Denn obwohl die meisten Bistumszeitungen in zunehmendem Maße den Abschied von einer überwiegend erbaulichen und reproduktiven Selbstdarstellung des kirchlichen Lebens vollzogen haben, kann nicht übersehen werden, daß die Bistumspresse parallel zum Rückzug der Kirchlichkeit in den letzten Jahren starke Einbußen in der Leserschaft hinnehmen mußte.“

Die Verluste, die das Zentralkomitee so besorgt machten, waren in der Tat eine Zeitlang recht beträchtlich. Hatte die Bistumspresse 1950, also kurz nach dem Neuanfang, schon eine Auflage von zwei Millionen Exemplaren erreicht und war sie bis 1963 auf fast zweieinhalb Millionen gestiegen, nahm sie seitdem kontinuierlich ab. In den letzten Jahren ist die Talfahrt jedoch zum Stillstand gekommen. Die

Auflage hat sich bei 1,8 Millionen Stück eingependelt und hat, wie auf der letzten Jahresversammlung der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse im Oktober 1981 in Münster mitgeteilt wurde, sogar wieder eine leichten Aufwärtstrend<sup>16)</sup>.

Ob dies die Folge redaktioneller Veränderungen oder das Ergebnis einer stärkeren allgemeinen, von publizistischen Wirkungen völlig unabhängigen Hinwendung zu religiösen Fragen ist, läßt sich natürlich nicht schlüssig beantworten. Wenn man einmal die Blätter aller Bistümer miteinander vergleicht, ist jedoch auffällig, wie stark sie voneinander abweichen.

Da sind die einen, für die etwa das „Regensburger Bistumsblatt“ als Prototyp gelten kann, die sich in den letzten Jahrzehnten weder innerlich noch äußerlich verändert haben. Typographisch anspruchslos gestaltet, konzentrieren sie sich darauf, Amtskirchliches mitzuteilen, die Aktivitäten des Bischofs und des Kirchenvolkes in der Diözese zu registrieren und die Botschaft der Bibel zu verkünden. Daneben steht — zumeist völlig unvermittelt — Unterhaltendes, oder besser gesagt, was die Redakteure der Kirchenpresse offensichtlich dafür halten: Tips für Haushalt und Kosmetik und die Menüs der Woche. Leseprobe aus dem „Regensburger Bistumsblatt“: „Wir wissen, die Frisur will nicht sitzen, wenn wir uns nicht wohlfühlen. Tägliches Bürsten und viel frische Luft geben dem Haar Duft und Glanz. Wissen Sie aber auch, welchen Einfluß unsere Nahrung auf unsere Haare hat? Essen Sie jeden Tag Roh-Salate und Obst, gewöhnen Sie sich wieder an Vollgetreide, besonders Hafer und Hirse. Wenn Sie längere Zeit konsequent bleiben, wird Ihr Haar es Ihnen danken.“

Andere Blätter, und es ist inzwischen die Mehrzahl, haben sich von derlei Unterhaltung inzwischen längst entfernt. Sie präsentieren sich, wie etwa das „Ruhrwort“ aus Essen, im modernen sechsspaltigen Umbruch oder, wie zum Beispiel das Freiburger „Konradsblatt“, farbig und reich illustriert oder, wie die Kirchenzeitung für das Bistum Limburg, „Der Sonntag“, übersichtlich gegliedert, fast wie ein Magazin.

Der attraktiveren Aufmachung dieser Regionalzeitungen der katholischen Kirche entspricht zumeist auch ein Inhalt, der zwar nicht auf die zweifellos unumgängliche Portion Selbstbespiegelung verzichtet und die Gläubi-

<sup>16)</sup> Vgl. ZV + ZV, H. 47/48, 1981, S. 1775.



Zeitschriftengruppe und Titel	Diözese/Erscheinungsort	Erscheinungsweise	verkaufte Auflage
<b>Bistumszeitungen</b>			
Kirchenzeitung	Aachen	wöchentlich	129 000
Kirchenzeitung	Augsburg	wöchentlich	78 000
St. Heinrichsblatt	Bamberg	wöchentlich	56 000
Petrusblatt	Berlin (West)	wöchentlich	15 000
Kirchenzeitung	Eichstätt	wöchentlich	41 000
Ruhrwort	Essen	wöchentlich	76 000
Konradsblatt	Freiburg	wöchentlich	135 000
Bonifatius Bote	Fulda	wöchentlich	17 000
Kirchenzeitung	Hildesheim	wöchentlich	33 000
Kirchenzeitung	Köln	wöchentlich	145 000
Der Sonntag	Limburg	wöchentlich	29 000
Glaube und Leben	Mainz	wöchentlich	46 000
Kirchenzeitung	München	wöchentlich	93 000
Kirche und Leben	Münster	wöchentlich	215 000
Kirchenbote	Osnabrück	wöchentlich	58 000
Der Dom	Paderborn	wöchentlich	127 000
Bistumsblatt	Passau	wöchentlich	45 000
Bistumsblatt	Regensburg	wöchentlich	90 000
Kath. Sonntagsblatt	Rottenburg-Stuttgart	wöchentlich	117 000
Der Pilger	Speyer	wöchentlich	68 000
Paulinus	Trier	wöchentlich	105 000
Kath. Sonntagsblatt	Würzburg	wöchentlich	78 000
gesamt			1 796 000

gen über die kirchlichen Ereignisse im Bistum unterrichtet, aber das „Ruhrwort“ beschäftigt sich eben auch mit neonazistischen Strömungen unter Jugendlichen und mit der Frage nach der sozialen Gerechtigkeit in der modernen Arbeitswelt.

Das Freiburger „Konradsblatt“ berichtet, um ein weiteres Beispiel zu nennen, ganz im modernen Illustrierten-Stil über ein katholisches Kinderdorf auf Sri Lanka, dem früheren Ceylon, stellt die Familienpolitik der Bundesregierung zur Diskussion und weist auf drei Seiten ausführlich auf das Fernsehprogramm der kommenden Woche hin. Gesellschaftspolitisch engagiert gibt sich, um ein drittes Beispiel zu nennen, auch die Limburger Bistumszeitung „Der Sonntag“, die nach den tieferen Ursachen für die Jugendunruhen fragt und dazu feststellt: „Sie haben nicht Hunger nach

Wasser und Brot, sondern nach Menschlichkeit. Sie gehen auf die Barrikaden, nicht, weil sie höhere Löhne wollen, sie begehren nach mehr Möglichkeiten der Entfaltung in unserer verwalteten Welt. Und manche von ihnen üben Gewalt gegen Geschäfte und Einrichtungen, weil sie das Empfinden haben, daß diese ihnen Gewalt antun.“

Die Beispiele signalisieren, wie unterschiedlich die Bistumsblätter auch heute noch ihre Funktion interpretieren, als Zeitung der Diözesankirche alle Gläubigen — Bischöfe, Priester und Laien — miteinander zu verbinden, den Informationsfluß und den Kommunikationsprozeß zu ermöglichen und zu fördern und zugleich Forum einer kritischen Meinungsbildung innerhalb der Kirche zu sein. Befragt, ob sie die Funktion der von ihnen gemachten Blätter auch so einschätzen, antwor-



teten 65 Prozent der befragten Redakteure und Chefredakteure der Bistumspresse mit „Ja“ —<sup>17)</sup> ein Zeichen dafür, daß der Forum-Gedanke auch bei den Zeitungsmachern auf breite Zustimmung gestoßen ist. Daß im Gegensatz dazu eine Minderheit weiterhin dem Kanzel-Modell anhängt, einem Modell, das die regionale Kirchenzeitung als Kanzel betrachtet, von der die christliche Botschaft, die Lehre und der Auftrag der Kirche immer wieder neu verkündet werden, ist bei einem Blick in Produkte wie das „Regensburger Bistumsblatt“ nicht zu übersehen.

Der Wandel der kirchlichen Presse hat also nicht alle Erzeugnisse erfaßt. Gleichwohl zeigt ein Zitat aus einem Prospekt der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse e. V., wie eigentlich heute alle Periodika aussehen sollten: „Katholiken, die eine Kirchenzeitung beziehen, erleben zuweilen Überraschendes. Man hat Gäste, zufällig liegt die Bistumszeitung oder ein anderes katholisches Blatt auf dem Tisch, und erstaunt fragen die Freunde: ‚Das

ist eine Kirchenzeitung?‘ Je länger sie darin blättern, um so verwunderter sind sie: So hatten sie sich eine Kirchenzeitung nicht vorgestellt. So modern gestaltet, mit zeitnahen Themen, mit Bildern, Reportagen, Kommentaren, Nachrichten. Waren das nicht früher sehr erbauliche Blätter mit Heiligenbildern und frommen Geschichten?“<sup>18)</sup>

Die Vergangenheit, die der Prospekt für überwunden hält, sie lebt auch noch in manchem Produkt der evangelischen Publizistik. Selbst die Kirchengebetspresse kann davon nicht ganz ausgenommen werden, wie im „Publizistischen Gesamtplan der Evangelischen Kirche in Deutschland“ eingeräumt wird, in dem es heißt: „Die evangelische Kirche kann auf eine qualifizierte Kirchengebetspresse nicht verzichten. Kirchliche Wochenzeitungen für die Region sollte es über das Abonnement auch in Zukunft geben. Die Auflagenentwicklung in den letzten Jahren und der ständig ansteigende Zuschußbedarf zwingt die Kirchengebetspresse jedoch zu neuen Wegen. Die Pro-

<sup>17)</sup> Vgl. Eckard Bieger, Die Redakteure der Bistumspresse. Ergebnisse einer Umfrage, München, Paderborn, Wien 1978, S. 81.

<sup>18)</sup> Katholische Presse: Eine Presse für den Menschen. Prospekt, hrsg. von der Arbeitsgemeinschaft Katholische Presse e. V. o. O. u. J., S. 1.

### Auflagenentwicklung der Kirchengebetsblätter

Titel	Auflage 1970	1980
Aufbruch		
Evangelische Kirchenzeitung für Baden	95 000	65 000
Berliner Sonntagsblatt	15 000	7 000
Evangelisches Gemeindeblatt für Württemberg	166 000 <sup>a)</sup>	166 000
Evangelischer Kirchenbote	29 000 <sup>b)</sup>	26 000
Evangelisches Sonntagsblatt aus Bayern	47 000 <sup>c)</sup>	41 000
Kasseler Sonntagsblatt	81 000 <sup>d)</sup>	69 000
Niedersächsische Evangelische Zeitung	48 000	37 000
Nordelbische Kirchenzeitung	90 000	50 000
Sonntagsblatt für die Ev.-luth. Kirche in Bayern	94 500	62 500
Unsere Kirche, Evangelisches Sonntagsblatt für Westfalen und Lippe	180 000	123 000
Der Weg, Evangelisches Sonntagsblatt für das Rheinland mit Sonntagsgruß, Evangelisches Wochenblatt an der Saar	74 000 <sup>e)</sup>	71 000
Weg und Wahrheit, Evangelisches Kirchenblatt für Hessen und Nassau	58 000	36 000

a) Auflagenangabe für 1976

b) Auflagenangabe für 1978

c) Auflagenangabe für 1978

d) Auflagenangabe für 1978

e) Auflagenangabe für 1976



bleme sind regional unterschiedlich. Doch bleiben generell Fragen an die verlegerische Potenz für diese Blätter, an die Besetzung der Redaktionen mit qualifizierten Journalisten, an die immer wieder auftauchende thematische Engführung und vor allem an den Vertrieb.<sup>19)</sup> An Sorgen wahrlich kein Mangel. Das erste Stichwort betrifft die Auflagenentwicklung. Seit zehn Jahren geht es abwärts, wie die Tabelle belegt. Aufwärts geht es nur mit den Kosten, letztlich also mit den Zuschüssen; diese kommen aus Etats, die nicht größer, sondern eher kleiner werden — finanziell gesehen keine sehr günstigen Perspektiven.

In der evangelischen Kirche hat allenthalben ein intensiveres Nachdenken über Einsparungsmöglichkeiten begonnen. Die Richtung hatte bereits der „Publizistische Gesamtplan“ angezeigt mit seiner Feststellung: „Es erscheint nicht notwendig, daß alle vorhandenen Blätter am Leben erhalten werden. Etwa sechs lebensfähige Regionen bieten sich als Einheiten an: Nordelbien, Niedersachsen-Bremen, Rheinland-Westfalen, Hessen-Nassau-Kurhessen-Pfalz, Württemberg-Baden und Bayern.“<sup>20)</sup> Ein einleuchtender Vorschlag, aber einer „von oben“. An der Basis sieht man es offenbar anders. Da wollen eben die Gläubigen in Kurhessen-Waldeck *ihr* „Kasseler Sonntagsblatt“ behalten, und was den Kurhessen recht ist, ist den Bremern billig: Bislang schwören sie weiterhin auf *ihre* Kirchenzeitung, selbst wenn sie nur vierzehntägig erscheint und kostenlos geliefert wird und deshalb im engeren Sinne nicht der Kirchengebetspresse, die ja bezahlt werden muß, zuzurechnen ist.

Was im Norden mißlang, blieb auch im Südwesten Planung. Die Badenser bringen weiter ihren „Aufbruch“ heraus und die Württemberger ihr „Evangelisches Gemeindeblatt“ — Kooperation ist leichter gesagt als praktiziert, wenn es um gewachsene Strukturen geht. Daß sich die indessen verändern lassen, zeigt das Beispiel der evangelischen Presseverbände für das Rheinland, Westfalen, Lippe und das Saarland. Sie lassen unter den Titeln „Unsere Kirche“, „Sonntagsgruß“ und „Der Weg“ drei Blätter erscheinen, die im großen und ganzen, abgesehen von einigen wenigen regionalen Wechsellseiten, identisch sind.

---

<sup>19)</sup> Publizistischer Gesamtplan der Evangelischen Kirche in Deutschland, S. 159.

<sup>20)</sup> Publizistischer Gesamtplan der Evangelischen Kirche in Deutschland, S. 159.

Die drei verdienen jedoch nicht nur wegen ihrer Kooperation Beachtung; über das Ökonomische hinaus ist ihr Inhalt bemerkenswert, weil er signalisiert, daß hier der zweite Kritikpunkt des „Publizistischen Gesamtplans“ an der Kirchengebetspresse — ihre „thematische Engführung“ — aufgearbeitet worden ist. Das haben noch nicht alle geschafft. Da ist beispielsweise der „Evangelische Sonntagsbote für Kurhessen-Waldeck“, wie sich die in Kassel erscheinende regionale Wochenzeitung im Untertitel nennt. Sie kommt mittlerweile im 104. Jahrgang heraus, und das merkt man ihr auch an. Einmal abgesehen vom religiös-erbaulichen Stoff und den kirchlichen Nachrichten — was da an Unterhaltendem geboten wird, ist nicht mehr als Zusammengeschnipptes aus spottbilligen oder gar honorarfreien Quellen. Ob die Kirchgänger in Kurhessen-Waldeck aus ihrem Sonntagsblatt wirklich erfahren möchten, daß Schwalbennester, die mehrere Jahre mit Jungen besetzt waren, normalerweise stark von Vogelmilben verseucht sind, daß in London ein Club der Sitzengebliebenen existiert oder daß man zur Zahnfleischpflege Sägespäne benutzte, bevor Bürsten aufkamen?

Derlei Kuriositäten aus Kassel sind selbstverständlich nicht typisch für die gesamte Kirchengebetspresse, sondern spiegeln nur einen Ausschnitt wider. Kassel ist nicht Berlin, wo ein Sonntagsblatt erscheint, das als Beispiel des modernen Typs bezeichnet werden kann. Äußerlich eher aufgemacht wie die Münchner „Abendzeitung“ oder das im Januar 1981 verschiedene Berliner Boulevardblatt „Der Abend“, handelt das „Berliner Sonntagsblatt“ ein breites Themenspektrum ab — vom Engagement der Kirche in der DDR über Probleme bei der Telefonseelsorge bis hin zu einem Kommentar über die Aktualität des NATO-Doppelbeschlusses, von einer Foto-Serie unter dem Titel „Berlin — wie haste Dir verändert“ bis zu einem Bericht über die Moabiter Theater-Tage. Daß die Zeitung daneben Bibeltexte interpretiert und die Predigt des folgenden Sonntags kommentiert und über kirchliche Veranstaltungen referiert, versteht sich von selbst.

Ungewöhnlich ist hingegen die Intensität, mit der die Redaktion zuweilen aktuelle Streitfragen diskutieren läßt und auch nicht davor zurückschreckt, in den Spalten des Blattes diametral entgegengesetzte Ansichten der Gemeindemitglieder widerzuspiegeln. Ein gutes Beispiel dafür bietet die Friedensdiskussion 1981. Zunächst meldete sich im „Berliner



Sonntagsblatt" der Reinickendorfer Superintendent Heinz Schladebach unter der Überschrift „So darf es nicht weitergehen“ zum Problem des kirchlichen Pazifismus zu Wort. Schladebach appellierte an die Vertreter des kirchlichen Pazifismus, aus verfestigten Positionen herauszukommen, das Risiko eines Sachstreits einzugehen und nicht einseitig einer Weltmacht zu dienen und die andere moralisch im Stich zu lassen.

Diese — grob kategorisiert — pro-amerikanischen Ausführungen lösten heftige Reaktionen aus, zustimmende und ablehnende. Während Wolfgang Wilkening und andere die Stellungnahme des Superintendents „ausgezeichnet und ermutigend“ fanden und lobten, „ein Glück, daß es noch kirchliche Persönlichkeiten gibt, die sich von modischen Bewegungen nicht narkotisieren lassen und klaren Kopf behalten“, bemerkte Johannes Kandel im „Sonntagsblatt“: „Nun, da sich im Kirchenvolk einiges regt, da Ängste und Befürchtungen vieler Christen nicht mehr resignativ im Kämmerlein sublimiert und im billigen Trost, es komme ja doch, wie der HERR es wolle, verdrängt werden, da sich das Kirchenvolk zum Widerstand gegen eine stillschweigende Rechtfertigung fortschreitender Aufrüstung mit christlichen Argumenten formiert und bereit ist, aktiv für den Frieden zu kämpfen — da melden sich auf einmal in großer Zahl die Leitenden ... Superintendent Schladebach ist ein Musterbeispiel eines leitenden Oberzensors: Ihm ist es gegeben, den kirchlichen Pazifismus sozusagen kirchenkreisamtlich abzuwerten.“<sup>21)</sup>

Berlin ist kein Einzelfall. In die Friedensdiskussion hat sich beispielsweise auch das Sonntagsblatt für die Pfalz, der in Speyer erscheinende „Evangelische Kirchenbote“, schon früh eingeschaltet — nicht nur mit Berichten und Kommentaren zur Bonner Friedensdemonstration, sondern auch mit eigenen Beiträgen. Anfang Dezember 1981 formulierte Professor Walter Künneth 19 Thesen zum Friedensauftrag der Kirche. Dazu bemerkte er einleitend im „Evangelischen Kirchenboten“: „Zum Thema Kirche und Frieden gibt es sehr verschiedene Meinungen und überaus differenzierte Antworten, je nach der politisch-ideologischen Einstellung. Gültig kann jedoch nur diejenige Stellungnahme sein, die dem auf den biblisch-reformatorischen Grundlagen beruhenden Selbstverständnis der Kirche entspricht. Wenn die Kirche jedoch in Anpassung

an die Parolen des Zeitgeistes sich selbst preisgibt, ist diese Fragestellung sinnlos, denn die Kirche ist dann ja gelähmt, einen spezifisch christlich-kirchlichen Beitrag zur Friedensfrage zu leisten. Dann wiederholt die Stimme der Kirche nur, was die politisch-ideologischen Gruppierungen und die Massenmedien schon oft genug behauptet haben. Demgemäß wird die Kirche gerade umgekehrt über den Frieden das zu sagen haben, was dem Geschmack unserer Zeitlage nicht entspricht, was man nicht gerne hört und sogar Widerspruch provoziert.“

Ähnlich wie die Redaktion des „Kirchenboten“ gehen das „Evangelische Gemeindeblatt für Württemberg“ und die „Evangelische Kirchenzeitung für Baden“ durchaus das Risiko ein, durch Stellungnahmen zu umstrittenen gesellschaftspolitischen Themen Kritik auf sich zu ziehen. Das macht ihnen die Arbeit nicht leichter, aber die Zeitungen, die sie auf den Markt bringen, mit Sicherheit lesenswerter.

### 3. Grenzen des Versuchs, die Getto-Situation zu überwinden

Nicht ohne Absicht hat die Darstellung der Zentralorgane der Gewerkschaften und der Bistums- bzw. Kirchengebietspresse einen so breiten Raum in diesem Überblick eingenommen. In beiden Fällen, bei den Gewerkschaften wie den Kirchen, handelt es sich um das jeweilige Kernstück ihrer Publizistik, an dem zugleich deutlich wird, welche Wandlungen in den letzten Jahrzehnten eingetreten sind. Was für die Kirchenpresse zu beobachten ist, gilt auch für die Gewerkschaftspresse: Sie hat sich, obwohl vorrangig Mitgliederpresse, zur Gesellschaft hin geöffnet, doch diese Öffnung hat Grenzen. So wissen beispielsweise die Verantwortlichen der Kirchen nur allzu gut, daß sie mehr als bisher jene ansprechen müßten, die Schwierigkeiten mit dem Glauben haben, aber je mehr sich ihre Blätter gerade um diese kümmern, desto größer wird für sie die Gefahr, ihre Kerngemeinde zu verunsichern, ihre Stammkundschaft zu verlieren.

Nun haben beide Großorganisationen, die Kirchen wie die Gewerkschaften, durchaus Organe, die über die Mitgliedschaft hinaus Beachtung finden. Zu denken ist dabei an die „Gewerkschaftlichen Monatshefte“, ein wenig auch an die „Welt der Arbeit“, vor allem aber an das „Deutsche Allgemeine Sonntagsblatt“ und den „Rheinischen Merkur“, doch sie erreichen insgesamt natürlich nur einige hunderttausend Leser. Gewiß wenden sich die Gewerkschaften mit Pressediensten und

<sup>21)</sup> „Berliner Sonntagsblatt“, Leserbrief-Diskussion im Juni/Juli 1981.



-mitteilungen, die Kirchen mit Agenturnachrichten des Evangelischen Pressedienstes (epd) und der Katholischen Nachrichten-Agentur (KNA) sowie mit Spezialdiensten wie „Kirche und Rundfunk“ (ev.) und „Funk-Korrespondenz“ (kath.) an die Öffentlichkeit — insgesamt gesehen ändert dies allerdings nichts an der Feststellung, daß zwei der größten Organisationen dieser Republik mit ihrer Publizistik weitgehend unter sich bleiben. Das hat dazu geführt, daß beide unzufrieden mit dem Bild sind, das in der Öffentlichkeit über sie besteht, denn die Presse, der Hörfunk und das Fernsehen nehmen ihre Aktivitäten nur zu Kenntnis, wenn sie sich als Ausnahme von der Regel vermarkten lassen.

Die Aussichten, daß sich daran etwas ändert, sind gering. Der katholischen Kirche hat das

Millionen-Abenteuer mit der Wochenzeitung „Publik“ offensichtlich einen solchen Schock versetzt, daß sie sich wohl auf absehbare Zeit nicht auf ein neues publizistisches Wagnis einlassen wird. Und der DGB? Angeschlagen, wie seine Reputation durch die Neue-Heimat-Affäre ist, bestehen wohl ausgerechnet zum gegenwärtigen Zeitpunkt überhaupt keine Chancen, mit einer eigenen Tageszeitung positive Effekte zu erzielen. Vor vielen, vielen Jahren ist über ein solches Projekt wiederholt in den Reihen des DGB diskutiert worden, aber es ist bei Erörterungen geblieben. Wenn nicht alles täuscht, wird sich die kirchliche und gewerkschaftliche Publizistik auch in Zukunft weitgehend dort entfalten, wo sie in der Vergangenheit ihren Schwerpunkt hatte — im Getto der Verbandspresse.



## Die Alternativpresse — ein Modell für Gegenöffentlichkeit und seine Grenzen

„Stadtblätter: Springer kapituliert“ lautet die Überschrift einer kleinen Meldung der Rubrik „Szene“ im „Spiegel“ vom 25. Februar 1982. Die „lokale Alternativpresse“ hat sich ein die Millionengrenze überschreitendes Leserpublikum erobert, das für Konkurrenzprodukte kommerzieller Verlagshäuser nicht zugänglich ist. Der Springer-Konzern mußte mit der „Hamburger Piste“ und der „Berliner Illustrierten“ den kostspieligen Versuch einstellen, verlagseigene, kulturelle Magazine auf dem großstädtischen Leser- und Anzeigenmarkt zu plazieren. Marktführer der „lokalen Alternativpresse“ sind — sowohl was die Umsätze als auch die Auflagen betrifft — die ca. 30 „Stadtmagazine“, eben jene Blätter, die den lokalen Pressemonopolen ein Dorn im Auge sind. Aus der Perspektive lokaler Kommunikationsforschung zumindest ebenso interessant sind die ca. 170 „Stadt-“ und „Stadtblätter“, „Volksblätter“ oder „Alternativzeitungen“, die sich durch ein geringeres Anzeigenaufkommen und einfachere Machart von den größtenteils mit Vier-Farb-Umschlägen versehenen „Stadtmagazinen“ unterscheiden. Die bundesdeutsche Alternativpresse hat sich als eigenständiger Be-

reich neben der etablierten Tages-, Wochen- und Monatspresse entwickelt. Dies ist eine für Europa einmalige Erscheinung; in keinem anderen Land bietet sich ein vergleichbar vielfältiges Bild nichtkommerzieller, partei- und verbandsunabhängiger Zeitungen. Diese bundesrepublikanische Besonderheit hat ihre Wurzeln in der politischen Kultur der Studentenbewegung und deren „Entmischung“ in den siebziger Jahren.

Die in diesem Beitrag zentral interessierende „lokale Alternativpresse“ befindet sich in einem andauernden Polarisierungsprozeß, in dem sich die auflagenstarken Stadtmagazine und die kleineren Alternativzeitungen auseinanderentwickeln. Angesichts dieser Situation soll die Frage beantwortet werden, ob das Fernhalten der großen Verlagshäuser aus einem Teilbereich der lokalen Kommunikation auf die erfolgreiche Einrichtung einer „Gegenöffentlichkeit“ der oppositionellen Medien hinweist, oder ob die mit der Polarisierung drohende Verdrängung der kleinen Alternativmedien gerade das Gegenteil, die Integration der alternativen Medien in den Markt anzeigt.

### I. Die Macht der Medien

Die Erfahrung der eigenen Ohnmacht gegenüber den großen Medien war Ausgangspunkt der studentischen „Gegenöffentlichkeit“ von Mitte bis Ende der sechziger Jahre. Aus Dutzenden von Beispielen seien drei Ereignisse der Jahre 1967/68 herausgegriffen, die diese These verdeutlichen; sie waren gleichzeitig prägend für den weiteren Verlauf der „Studentenrevolte“ und ihre Entmischung in die verschiedensten Stränge.

— Am 6. April 1967, dem 21. Jahr des Vietnam-Krieges, besuchte der amerikanische Vizepräsident Hubert Humphrey Berlin. Schon 1964 hatte der SDS eine intensive Aufklärungskampagne über die „Verbrechen der

USA in Vietnam“ geführt; Berlins Zeitungsverleger begegneten der studentischen Anklage Weihnachten 1965 in ihrer „Freiheitsglockenaktion“ durch die „Behauptung, Berlins Freiheit werde in Vietnam verteidigt“<sup>1)</sup>. Am Vorabend des Humphrey-Besuches wurden in einer Berliner Kommune mehrere Personen verhaftet, „während sie Rauchkerzen herstellten und Mehl und Pudding in Plastikbeutel füllten“. In der BILD-Zeitung wurde das verhinderte „Pudding-Attentat“ dramatisiert: „Ge-

<sup>1)</sup> Uwe Bergmann, Rudi Dutschke, Wolfgang Lefèvre, Bernd Rabehl, Rebellion der Studenten oder Die neue Opposition, Reinbek 1968, S. 19.



plant: Bombenanschlag auf US-Vizepräsidenten<sup>2)</sup>). Uwe Bergmann schrieb dazu weiter in dem 1968 gemeinsam mit Dutschke, Rabehl und Lefèvre herausgegebenen Buch „Rebellion der Studenten“: „Die Falschmeldung und ihre Verbreitung durch die Presse kann nicht als Zufall angesehen werden“; er stimmte der Stellungnahme des Allgemeinen Studentenausschusses der Freien Universität Berlin zu, daß die Polizei die Gelegenheit benütze, „durch bewußte Irreführung gegen die oppositionelle Minderheit aufzuwiegeln“<sup>3)</sup>.

— Dies war nicht der erste Fall, in dem die Studenten den Massenmedien bewußte Manipulation im Verein mit den verantwortlichen Politikern und der Polizei unterstellten; eines der ersten Beispiele war die Berichterstattung über die Proteste gegen den Besuch des kongolesischen Ministerpräsidenten Tschombé<sup>4)</sup>. Der als „Kollaboration“ bezeichnete Vorgang wiederholte sich ein weiteres Mal auf dramatische Weise anlässlich des Schah-Besuches im Juni 1967. In einem durch die „Springerpresse“ geschürten<sup>5)</sup>, angespannten Klima zwischen Studentenbewegung und größeren Teilen der West-Berliner Bevölkerung wurde am Abend des 2. Juni der Student Benno Ohnesorg auf seiner ersten Demonstration von einem Polizisten getötet. Friedrich Mager und Ulrich Spinnarke, damals Redakteure beim Bayerischen Rundfunk, urteilten über die Rolle der Zeitungen des Springer-Konzerns: „Es steht fest, daß die Springer-Zeitungen in Berlin mit beigetragen haben zum Tode Benno Ohnesorgs. Sie haben ... den Wust von Ressentiments und Vorurteilen, die zum Teil unbewußt bei der Berliner Bevölkerung gegenüber den Studenten vorhanden waren, geschickt an die Oberfläche gespült ...“<sup>6)</sup>

— „7. Februar 1968. Die Bildzeitung erscheint mit der Überschrift ‚Stoppt den Terror der Jung-Roten jetzt!‘ In dem Artikel ist ein Foto von Rudi Dutschke abgebildet. Im Text heißt es: ‚Man darf über das, was zur Zeit geschieht, nicht einfach zur Tagesordnung übergehen. Und man darf auch nicht die ganze Drecksar-

beit der Polizei und ihren Wasserwerfern überlassen.“<sup>7)</sup> Am 11. April wurde Dutschke durch einen Attentäter lebensgefährlich angeschossen. Die studentische Öffentlichkeit reagierte betroffen und lastete den Springer-Zeitungen die Hauptverantwortung für das Attentat an.

Die Osterunruhen 1968 in mehreren Städten der Bundesrepublik, die sich gegen Einrichtungen des Springer-Konzerns richteten, waren die Gegenreaktionen der Studenten. In Berlin endete eine Demonstration vor dem „Springer-Hochhaus“ in einer blutigen Auseinandersetzung zwischen ca. 1 000 Studenten und Jugendlichen und einem starken Polizeiaufgebot. Die in dieser Nacht brennenden Zeitungstransporter symbolisierten die kollektive Wut gegen die „Manipulationsmacht der bürgerlichen Medien“. Die auf die Osterunruhen folgende, verstärkte Repression gegen die Studentenorganisationen, die sich häufenden Hausdurchsuchungen und Beschlagnahmungen, die um sich greifende Kriminalisierung und Abdrängung von Splittergruppen in den „bewaffneten Untergrund“ waren wichtige Faktoren im Prozeß der Spaltung der Bewegung in militante und nicht-militante Fraktionen. Die traumatische Bewältigung dieser politischen Spaltung zieht sich lange Jahre durch die Gegen- und Alternativpresse, insbesondere durch die beiden Frankfurter Publikationen „ID“ und „Pflasterstrand“, die „Göttinger Stadtzeitung“ („Mescalero-Affaire“) und „die tageszeitung“.

Das an den drei Beispielen aufgezeigte direkte oder vermittelte „Erleben“ der großen Macht der „Bewußtseinsindustrie“ wurde begleitet durch kritische Analysen zur Funktion der Massenmedien im Kapitalismus und insbesondere zur Pressekonzentration<sup>8)</sup>. Herbert Marcuse, Vertreter der „kritischen Theorie“ und Inspirator der studentischen Theoretiker, betonte 1964 in seinem Buch „Der eindimensionale Mensch“ die Eignung der Massenmedien

<sup>2)</sup> Rudi Dutschke, Mein langer Marsch. Reden, Schriften und Tagebücher aus zwanzig Jahren, Reinbek 1980, S. 229. Heinrich Albertz, zum Zeitpunkt des Attentats Regierender Bürgermeister von Berlin, schrieb im Nachruf auf Rudi Dutschke, der 11 Jahre später an den Spätfolgen der Schußverletzung ums Leben kam: „Ein toter Dutschke ist ein guter Dutschke. Dieser zynische Satz muß sich jedem aufdrängen, der die Nachrufe auf den Tod dieses so sehr geliebten Mannes in den Konzernblättern und manchen anderen Kommentaren liest und weiß, wer ihn damals zu Tode hetzte.“ Zitat aus: Deutsches Allgemeines Sonntagsblatt, 6. 1. 1980.

<sup>8)</sup> 1966 wies das Bundeskartellamt darauf hin, daß „ein Unternehmen (der Springer-Konzern; Hervor-

<sup>1)</sup> Ebenda, S. 27.

<sup>2)</sup> Ebenda.

<sup>3)</sup> Ebenda, S. 64.

<sup>4)</sup> „Die Saat der Radikalen geht auf“ — Schlagzeile der „Welt“ vom 12. 7. 1967; vgl. auch die zitierten Passagen in: Friedrich Mager, Ulrich Spinnarke, Was wollen die Studenten?, Frankfurt 1968<sup>2)</sup>, S. 44 ff., und die Monographie von Heinz Grossmann und Oskar Negt, Die Auferstehung der Gewalt, Springerblockade und politische Reaktion in der Bundesrepublik, Frankfurt 1968.

<sup>6)</sup> Mager/Spinnarke a. a. O., S. 45.



als Herrschaftsinstrument für eine neue Form sozialer Kontrolle<sup>9)</sup>. Rudi Dutschke sah in der 1966 geschlossenen „Großen Koalition“ zwischen SPD und CDU eine neue Form der Klassenherrschaft, deren Ziel, die „Niederhaltung der Massen“, unter anderem durch den Einsatz der Manipulationszentren „von Augstein und Springer“ erreicht werden sollte<sup>10)</sup>.

Aus der Kombination der — hier nur angedeuteten — Medien- und Ideologiekritik der „kritischen Theorie“ und der Erfahrung der Einwirkungsmöglichkeiten der Massenmedien auf die politischen Auseinandersetzungen resultierte die besondere Stellung von Öffentlichkeit und Massenkommunikation im Denken und in der Praxis der Studentenbewegung. Die Forderung nach der „Enteignung Springers“, verbunden mit dem Versuch, diesen größten deutschen Pressekonzern einer

demokratischen Kontrolle zu unterwerfen, stand im Zentrum der Protestaktionen. Dieser Pressegigant war seit 1965, als die West-Berliner Zeitungsverleger eine pro-amerikanische Vietnam-Kampagne starteten<sup>11)</sup>, ein Hauptkontrahent der Studentenbewegung. Dies zeigte sich auch in der Gründung der Anti-Springer-Komitees in mehreren Großstädten der Bundesrepublik. Die „Zerschlagung des Konzerns“ wurde gelegentlich als mittelfristiges Hauptziel der Studentenrebellion bezeichnet: Rabehl sah in der Forderung „Enteignet Springer“ den Versuch, „einen Stoß in das Zentrum der antidemokratischen Macht zu führen“<sup>12)</sup>. Dutschke äußerte in der Diskussion mit Marcuse seine Hoffnung, über diese Forderung weite Teile der Bevölkerung zu erreichen und „aus der Minderheit tendenziell eine Majorität zu machen“<sup>13)</sup>.

## II. Die Gegenöffentlichkeit der Studentenbewegung

Das Konzept „Gegenöffentlichkeit“ wurde mit seiner theoretischen Fundierung in Oskar Negts und Alexander Kluges Buch „Öffentlichkeit und Erfahrung“ (1972) zu einem Schlüsselbegriff oppositioneller Medienpraxis und Publizistik. In der antiautoritären Studentenbewegung bezeichnet er die Ganzheit direkter, provokativer Aktionen und ihres Wirkungs- und Vermittlungszusammenhangs in der Öffentlichkeit. Aus dieser Perspektive waren die Aktionen der Studenten Versuche, Mißstände, Unterdrückung und Herrschafts-

hebung und Einschub durch den Verfasser) über marktbeherrschende Stellungen auf den Märkten für überregionale Straßenverkaufszeitungen und für überregionale Sonntagszeitungen verfügt“; zit. nach Urs Jaeggi, Kapital und Arbeit, Frankfurt 1973, S. 498. Vgl. als Zeitdokument: Walter J. Schütz, Die Zeitungsdichte in der Bundesrepublik Deutschland 1967/69 und die Zunahme der Ein-Zeitungs-Kreise seit 1954, in: Publizistik, Heft 3/1969, S. 311—323.

<sup>9)</sup> Herbert Marcuse, Der eindimensionale Mensch. Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft, Neuwied 1968<sup>o</sup>, S. 28 f.

<sup>10)</sup> Bergmann u. a., a. a. O., S. 88. Diese allgemeine Kritik wurde für die BILD-Zeitung durch eine Projektgruppe der „Kritischen Universität“ konkretisiert. In einer psychoanalytisch fundierten Inhaltsanalyse wiesen sie den Gebrauch autoritärer Identifikations- und Aggressionsmuster zur Bindung der (vorwiegend kleinbürgerlichen) Leser an die BILD-Zeitung nach; vgl. Margareth Kukuck, Student und Klassenkampf. Studentenbewegung in der BRD seit 1967, Hamburg 1974, S. 124.

<sup>11)</sup> Bergmann u. a., a. a. O., S. 162.

<sup>12)</sup> Ebenda, S. 174.

zusammenhänge, die aus der etablierten Öffentlichkeit weitgehend ausgeblendet waren, durch direkte Aktionen erfahrbar oder nachvollziehbar zu machen. Dies schien den Beteiligten möglich durch Institutsbesetzungen, Sit-in's, Teach-in's, phantasievolle Happenings und karnevalistische Demonstrationen. Besonders in der Thematisierung von weltpolitischen Konflikten (z. B. Vietnam, Iran, Südamerika) wurde der provokative Charakter von Aktionen für unabdingbar gehalten; in diesem Rahmen wurden auch Notwendigkeit und Grenzen von Gewaltanwendung thematisiert; gelegentlich, wie z. B. bei den Blockaden der Zeitungsauslieferung von Springer, ging der Widerstand über gewaltfreie Methoden hinaus.

Negt und Kluge beschreiben die Zielsetzung einer solchen Gegenöffentlichkeit der Studenten wie folgt: „Sie wollten Erfahrungen, Lebenszusammenhänge, geschichtliche Gegenwart ... in einen öffentlichen Diskussionszusammenhang bringen, der die formale Öffent-

<sup>13)</sup> Zitiert nach Nikolaus J. Ryschkowsky, Die linke Linke, München 1968, S. 80. S. auch Bergmann u. a., a. a. O., S. 82. Die verkaufte Auflage der Springer-Tageszeitungen verringerte sich von 5,48 Mio. Ex. (1966) auf 4,44 Mio. Ex. (1970); Jörg Aufermann, Bernd-Peter Lange, Axel Zerdick, Pressekonzentration in der BRD, in: Jörg Aufermann, Hans Bohrmann, Rolf Sülzer, Gesellschaftliche Kommunikation und Information, Bd. 1, Frankfurt 1973, S. 278.



lichkeit hintertreibt.“<sup>14)</sup> Dieses Ziel konnte ansatzweise für bestimmte Zeitabschnitte der späten sechziger Jahre realisiert werden. Die liberale „bürgerliche Presse“, z. B. die „Frankfurter Rundschau“, die „Süddeutsche Zeitung“, „Die Zeit“ oder „Der Spiegel“, griffen den moralisch fundierten, in seiner Zielrichtung gegen Unrecht und Unmenschlichkeit als legitim anerkannten Protest auf. Es entstand langsam jenes freundliche „Reformklima“, welches die Regierungsübernahme durch die sozial-liberale Koalition und den Wahlsieg Willy Brandts ermöglichte. Mehr als ein Jahrzehnt danach schreibt Oskar Negt über diese „erste Phase der Gegenöffentlichkeit“: „Das Veröffentlichlichen von unterdrückten Nachrichten richtete sich damals noch an relativ intakte gesellschaftliche Institutionen. Demonstrationen und Teach-in's waren im *buchstäblichen Sinne Gegenöffentlichkeit*.“<sup>15)</sup>

Negts emphatische Hervorhebung der damals angeblich eher funktionsfähigen öffentlichen Meinungsbildung ist sicher diskussionsbedürftig, insbesondere, da der empirische Gehalt der Aussage unklar ist. Festzuhalten ist jedoch die in vielen Publikationen und Manifestationen der damaligen Zeit durchscheinende *Gewißheit des Erfolgs*. Optimismus und Handlungszuversicht sind die Klammer, die politische Aktionen und Gegenöffentlichkeit zusammenheften; diese erlebte Ganzheit begründete die später immer wieder beschworene „studentische Gegenöffentlichkeit“.

So einheitlich wie bei Negt skizziert stellte sich die „Gegenöffentlichkeit der Studenten“ nicht dar. Der 2. Juni 1967 bedeutete bereits einen tiefen Einschnitt in die Hoffnung auf

eine aufwärtsführende sozialistisch-humanistische Gesellschaftsentwicklung<sup>16)</sup>. Empörung und Verzweiflung klingen durch Bernd Rabehls Worte: „... Nach den Vorfällen vor der Oper schütteten nicht nur die Gazetten ihre Verleumdungen über die Studenten, auch die demokratiebeflissenen Parlamentarier wetteiferten im Verdrehen von Tatsachen und in der übelsten Hetze mit den Redakteuren ... Unter dieser extremen Bedrohung unternahmen die Studenten eine verzweifelte Anstrengung, die Wand des Hasses zwischen sich und der Bevölkerung zu durchbrechen, indem sie sich mit Tausenden von Flugblättern an diese Bevölkerung wandten und so eine populistische Gegenöffentlichkeit schufen, die der jahrelangen Manipulation von seiten der Springer-Presse begegnen sollte.“<sup>17)</sup>

Hier werden tiefe Zweifel an der Funktionsfähigkeit der demokratischen Öffentlichkeit deutlich. Der SDS erklärte nach dem Tod Ohnesorgs: „Der Verlauf der Protestaktionen zeigt, daß der politische Protest mehr und mehr darauf verwiesen ist, sich selbst die Mittel zu schaffen, mit dem breitere Bevölkerungsgruppen informiert und aufgeklärt werden können.“<sup>18)</sup>

Das Auseinanderfallen von Aktion und Veröffentlichung kennzeichnet eine wichtige Etappe im Verfallsprozeß der antiautoritären Studentenbewegung. Das Bewußtsein, daß die direkte Aktion zur Ausbreitung der Bewegung nicht genügt, daß hierfür eine gesonderte Öffentlichkeitsarbeit nötig ist, bewirkte eine Neudefinition politischer Strategien und förderte die Ausdifferenzierung verschiedener Richtungen. Schon in der Blütezeit der Studentenbewegung kam es zu einer Ausdifferenzierung von Strömungen, die auch in eigenen Medien ihren Ausdruck fand. Dieser „Entmischungsprozeß“, der sich auch heute in der Differenzierung der Alternativpresse niederschlägt, sei nachfolgend als Übergang zur „alternativen Öffentlichkeit“ ab Mitte der siebziger Jahre skizziert.

<sup>14)</sup> Oskar Negt, Alexander Kluge, Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit, Frankfurt 1978<sup>6</sup>, S. 151.

<sup>15)</sup> „Gibt es eine Krise des linken Journalismus?“ (Ein Gespräch mit Oskar Negt), in: „die tageszeitung“ v. 29. 4. 1982, S. 9.

<sup>16)</sup> Peter Mosler hat die Bedeutung des Todesschusses vom 2. 6. 1967 für die politische Sozialisation vieler Aktivisten biographisch nachgezeichnet. Vielfach war dieses Ereignis prägend für die weitere Lebensgeschichte der Betroffenen. Vgl. Peter Mosler, Was wir wollten, was wir wurden. Studentenrevolte — Zehn Jahre danach, Reinbek 1977.

<sup>17)</sup> Bergmann u. a., a. a. O., S. 173.

<sup>18)</sup> „Niederlage oder Erfolg der Protestaktion“. Erklärung des SDS, Juni 1967, zit. nach Karl Freydorf, Neuer Roter Katechismus, München 1968, S. 129.



### III. Entmischung und Zersplitterung der „Gegenöffentlichkeit“

Von „Entmischung“ der Gegenöffentlichkeit zu sprechen, unterstellt den gemeinsamen Ausgangspunkt, die Aufspaltung des Ganzen in verschiedene Teile. Dieses Bild ist einerseits falsch gewählt, da es von Beginn an unterschiedliche und teilweise entgegengesetzte Stränge in der Studentenbewegung gab. Andererseits bezeichnet es zutreffend den fortschreitenden Fraktionierungsprozeß. Beide Aspekte sollen im folgenden veranschaulicht werden.

Thomas Daun, dessen vordringliches Interesse im übrigen der literarischen Alternativpresse gilt, unterscheidet in der Medienszene der sechziger Jahre zwei Genres: „... die politischen Zeitschriften einer Gegenpresse: Fizz, Agit 883, Ca ira, Radikalinsky, Extra-Dienst...“, und die weniger verbreitete deutsche „Underground-Presse“, deren Schwerpunkt im ästhetisch-kulturellen Bereich lag. Eine für die damalige Zeit einmalige Verbindung von Kultur und Politik versuchte die Zeitschrift „Song“, die ab Heft 6/1968 den Untertitel „deutsche Underground-Zeitschrift“ führte<sup>19)</sup>. Bis auf wenige derartige Ausnahmerecheinungen wurde der Begriff „Underground“ — im Unterschied zu den USA — in der Bundesrepublik mit unpolitischen, kulturellen Inhalten besetzt. „Undergroundliteratur wurde als ästhetische Innovation rezipiert und gab Anlaß zu literaturkritischen Kontroversen.“<sup>20)</sup> Zwischen der ästhetisch-literarischen, künstlerischen Medienpraxis einerseits und der politischen „Gegenpresse“ andererseits bildete sich eine Trennung heraus, die erst Ende der siebziger Jahre — zuerst in den Zeitschriften der Frauenbewegung — durchbrochen wurde.

Die mit „Gegenpresse“ bezeichneten Blätter wiesen von Beginn an eine große Heterogenität in ihrer politischen Ausrichtung auf, die sich mit der Auflösung der Studentenbewegung verstärkte. Ein bemerkenswerter Vorläufer der späteren „Gegenpresse“ war die 1964 gegründete Zeitschrift „Anschlag“ der „Subversiven Aktion“, in der die utopisch-anarchistische Strömung (z. B. Kunzelmann) mit der marxistisch-linksozialistischen (Dutschke/Ra-

behl) zusammenarbeitete<sup>21)</sup>. Die beiden dominierenden Strömungen waren die anarchistische, repräsentiert durch „Linkeck“ oder „Agit 883“, und die linkssozialistische, der der Berliner Extra-Dienst und — bis zu ihrer Integration in die KPD-Linie — die „Rote Presse Korrespondenz“ zuzurechnen waren.

„Linkeck“, deren Name als Wortspiel aus „Rechteck“ entwickelt war, entstand 1967 als Alternative zu den „Oberbaum-Blättern“, die vielen Lesern „zu brav“ waren. Die bis 1969 erscheinende Zeitung verband eine provozierende Gestaltung mit radikalen Inhalten. Verbreitet war sie in der Berliner politischen Subkultur: „Linkeck erscheint monatlich. Jahresabo 9,50. Schüler, Studenten, Jungarbeiter, Gammler bekommen Sonderrabatt...“<sup>22)</sup> „Agit 883“ entstand aus einem ähnlichen subkulturellen Milieu als „linksradikale Kneipenzeitung“, als „Zeitung des Berliner Untergrundes und seiner Sub-Kultur“. Bereits 1968 wurden gehäuft Hausdurchsuchungen und Beschlagnahmen durchgeführt. Waren es bei Linkeck vorwiegend pornographische Abbildungen und Texte, die Anlaß dazu gaben, so wurde die Staatsgewalt bei „883“ durch deren radikale politische Position herausgefordert: „Erfolgsmeldungen von Bombenlegern erschienen regelmäßig und täuschten einen militanten Untergrund im breiten Maßstab vor.“<sup>23)</sup> 1970, nach einer weiteren Annäherung an die „Stadtguerilla“, wurde „883“ verboten. Ähnlich erging es späteren Nachfolgern dieses Blattes, etwa dem „Info Berliner undogmatischer Gruppen“ („Info-BuG“)<sup>24)</sup>.

Die bisher genannten spontaneistischen bzw. anarchistischen Medien unterschieden sich von den nachfolgend am Beispiel des „Berliner Extra-Dienstes“ (ED) beschriebenen linkssozialistischen, in ihrer Politik häufig gewerkschaftsorientierten Medien nicht nur durch die politische Strategie und Zielsetzung. Auch in der formalen Gestaltung gab es Unterschiede: Auf der einen Seite ein jeweils neu konzipiertes, häufig unübersichtliches, chaotisches Layout, Wortspielereien und provozierende Comics, auf der anderen Seite Spalten und Ressortaufteilung, standardisierte Satztypen

<sup>19)</sup> Thomas Daun, 13 Jahre Alternativpresse, in: 6. Mainzer Minipressen Messe Katalog, Mainz 1981 (ohne Seitenzählung).

<sup>20)</sup> Ebenda.

<sup>21)</sup> Vgl. Dutschke 1980, a. a. O. (Anm. 7), S. 211, S. 142.

<sup>22)</sup> Mosler, a. a. O. (Anm. 16), S. 36.

<sup>23)</sup> Ebenda, S. 23.

<sup>24)</sup> Vgl. die Broschüre der betroffenen Agit-Druckerei: Das Urteil vom Agit-Prozeß, Berlin o. J. (1979).



für die übersichtlichen Kopfzeilen, Inhaltsverzeichnisse, korrekte Rechtschreibung usw.

Die Vorgeschichte des am 20. Mai 1967 erstmals erschienenen „Berliner Extra-Dienstes“ ist die Geschichte der studentischen Gegenöffentlichkeit in Kurzfassung: 1966 konnte der Spiegel-Herausgeber Augstein für die Unterstützung einer „linken Publikation für Berlin“ gewonnen werden, „um die von der dominanten Springer-Presse geprägten Meinungsstrukturen innerhalb der Bevölkerung aufzubrechen oder gar zu durchbrechen“<sup>25</sup>). Die projektierte „Heute“ wurde vor der 0-Nummer gestoppt. Die beteiligten Redakteure beschlossen daraufhin, in eigener Regie das „Berliner Extra-Blatt“ herauszugeben. Zwischen dem 12. Februar und dem 13. Mai 1967 erschienen 14 Nummern dieser Wochenzeitung (Auflage durchschnittlich 40 000). In der letzten Nummer wurde als ein Grund für das Scheitern die verfehlte Gesamtkonzeption genannt. Der Versuch mißlang, „... weil die Diskrepanz zwischen Form-, BILD'-Stil- und Inhalt — linke Themen, Gesellschaftskritik — zu groß, der Widerspruch offenbar nicht überwindbar war“<sup>26</sup>).

Der erste und bis heute letzte Versuch, ein Gegenmedium zur Boulevard-Presse zu schaffen, war gescheitert. Nachfolgeprojekt war der „Extra-Dienst“, ein zweimal pro Woche erscheinendes, ca. 5 000 Abonnenten erreichendes Blatt im DIN A 5 Format. Anfangs war der „Extra-Dienst“ ein Forum der Diskussion und Information (über Themen wie Dritte Welt, Wirtschaftspolitik, Gewerkschaften...) und Meinungsbildung für einen großen Teil der (West-Berliner) Linken. Unter anderem bedingt durch die politische Auseinandersetzung um die sowjetische Intervention in der ČSSR verschlechterte sich seit Mitte 1968 das Verhältnis der ED-Redaktion zu den „Antiautoritären“. Anfang 1969 kam es zum offenen Bruch: Mitglieder des „Republikanischen Clubs“, damals Sammelbecken der APO und des SDS, riefen zur Abbestellung des „Extra-Dienstes“ auf. Ca. 500 von 4 000 Abonnenten sprangen daraufhin ab zur neu gegründeten „Rote Presse Korrespondenz“, die später Richtungsorgan im Umfeld der „K-Gruppen“ wurde. Die Integrationskraft des „Extra-Dienstes“ schrumpfte weiter mit dem 1977 vollzogenen Ausschluß seines Redakteurs Charly Guggomos aus der SPD.

<sup>25</sup>) Michael Meissner, „Unsere Organisation sind unsere Leser“. „Berliner EXTRA-Dienst“: Beschreibung einer Ausnahme, in: Medium, Heft 4/1977, S. 4.

<sup>26</sup>) Ebenda, S. 5.

Eine neue Phase begann am 22. September 1978. An diesem Tag erschien die erste Null-Nummer der Tageszeitung „Die Neue“, die aus dem zuletzt in einer Auflage von 7 500 verkauften ED hervorgegangen war. Es folgte ein dreijähriger Kampf um den linken Lesermarkt gegen die nahezu gleichzeitig gegründete linksradikale „tageszeitung“ (taz). Die Konkurrenz beider Tagesmedien war eine Neuaufgabe der Spaltung des SDS in die organisatorisch-marxistische und die spontaneistisch-anarchistische Linie. Dieses Mal setzte sich die anti-traditionale, „alternative“ Linie durch: Die „taz“ machte das Rennen mit heute ca. 40 000 verkauften Exemplaren; „die Neue“ erscheint seit Jahresanfang 1982 als Wochenzeitung.

Das hervorstechende Merkmal dieser jetzt 15 Jahre währenden Geschichte vom „Extra-Blatt“ über den „Extra-Dienst“ zur „Neuen“ ist die Aufsplitterung des politischen Bezugsfeldes: Zuerst Aufgabe des Konzeptes, eine breite Öffentlichkeit zu erreichen; danach Abspaltung der Antiautoritären, kurze Zeit später der maoistischen und marxistisch-leninistischen Organisationen und schließlich die Lösung der bestehenden Bindungen durch die SPD. Die Fragmentierung der Studentenbewegung fand so ihren Niederschlag in der Ausdifferenzierung von politischen Richtungsmedien, die jeweils nur eine beschränkte politische Teilöffentlichkeit erreichten. Manchmal wurde sogar umgekehrt die Identität der politischen Gruppen erst durch das Medium konstituiert<sup>27</sup>).

Aus der Studentenbewegung als 1967/68 noch ganzheitlichem, „die gesamte Bundesrepublik erfassenden Phänomen... mit sozialpsychologischer Eigendynamik“<sup>28</sup>) war eine kaum überschaubare Vielfalt von politischen Organisationen, Sekten und Subkulturen entstanden. Die „Bewegung“ war in konkurrierende Politorganisationen transformiert, von denen sich anarchistische und spontaneistische Subkulturen abgewendet hatten. Die „Gegenöffent-

<sup>27</sup>) Der „Kommunistische Bund Westdeutschland“, neben KPD/KSV und MSB-Spartakus lange Zeit drittgrößte überregionale Studentenorganisation der Bundesrepublik Deutschland, entstand 1973 als Sammelbewegung um die Zeitschrift „Neues Rotes Forum“. Seine Entstehungsgeschichte läßt sich parallel zu der Entwicklung der Zeitung verfolgen, die aus der 1968 gegründeten Heidelberger Studentenzeitung „forum academicum“ hervorgegangen ist. Vgl. Kukuck, a. a. O. (Anm. 10), S. 136 ff.

<sup>28</sup>) Christian Krause, Detlef Lehnert, Klaus-Jürgen Scherer, Zwischen Revolution und Resignation? Alternativkultur, politische Grundströmungen und Hochschulaktivitäten in der Studentenschaft, Bonn 1980, S. 30.



lichkeit" zerfiel in organisationsinterne bzw. subkulturelle Teilöffentlichkeiten<sup>29)</sup>. Diesem Zerfallsprozeß zugrunde liegt die kollektive Unmöglichkeit bzw. Unfähigkeit, "... einen Bewußtseinsstand auch dann aufrechtzuerhalten, wenn der Bruch zwischen diesem Bewußtsein und der realen Praxis physisch und psychisch unerträglich geworden ist"<sup>30)</sup>. Das wachsende Bewußtsein von den begrenzten Möglichkeiten einer gesellschaftsverändernden

„Gegenöffentlichkeit“ führte unter anderem zu verschärftem Kampf der verschiedenen „revolutionären“ Linien untereinander<sup>31)</sup>. Der Außendruck wirkte nicht mehr solidarisch, wie in der Zeit der Anti-Springer-Kampagnen, sondern führte über die psychische Destabilisierung der Beteiligten und politische Fraktionierung zur Frontenbildung im Innern der Bewegung und schließlich zu deren Zersplitterung.

#### IV. Der Bruch mit der organisationsgebundenen Gegenpresse

In der bisherigen Darstellung wurde ein weiterer Bereich der linksoppositionellen Gegenpresse ausgelassen: die organisationsgebundenen (durch Parteien, Verbände oder ihnen nahestehende bzw. ähnliche Organisationen) und die innerhalb von Institutionen (Schule, Hochschule oder Betrieb) herausgegebenen Zeitungen und Zeitschriften. Von diesen gab es bereits 1970 einige hundert Publikationen. Hierzu gehörten u. a. die linken Studentenzeitungen (z. B. der Berliner „FU-Spiegel“), die Blätter der Humanistischen Union (z. B. „Vorgänge“ aus München) und die dem orthodoxen „Traditionalistenflügel“ nahestehenden Blätter (z. B. die Kölner „Facit“ und die „Deutsche Volkszeitung“ aus Düsseldorf<sup>32)</sup>).

Sowohl die institutionen- wie die organisationsgebundenen Publikationen zählen nicht zur Alternativpresse der späten siebziger Jahre. Der Prozeß des Auseinanderfallens von organisationsgebundenen Medien und „Gegenpresse“<sup>33)</sup> bzw. „Alternativpresse“<sup>34)</sup> verlief in

zwei Schritten: Zunächst wurden die Publikationen der Moskauer- bzw. Peking-orientierten, als „orthodox“ oder „traditionalistisch“ bezeichneten Organisationen, später all jene Zeitungen nicht mehr zur unabhängigen Oppositionspresse gerechnet, die von Parteien oder Organisationen herausgegeben werden. Diese „Organisationsfeindlichkeit“ kennzeichnet die „Alternativkultur“, die der „instrumentellen Politik der Organisationsvariante“ eine „authentische Politik der Emanzipationsvariante entgegenzusetzen sucht“<sup>35)</sup>. Die beiden Etappen, die von der zwar intern differenzierten, aber nach außen geschlossen wirkenden studentischen Gegenöffentlichkeit hin zur Alternativpresse der heutigen Zeit führen, werden nachfolgend dargestellt.

Die erste Etappe begann 1968 mit dem Ausschluß von fünf dem „Traditionalistenflügel“ angehörenden Mitgliedern aus dem SDS. Dieser Flügel formierte sich in der Folgezeit zum Moskauerorientierten „Marxistischen Studentenbund Spartakus“<sup>36)</sup>. Etwa parallel verlief die Gründung der „K-Gruppen“ (u. a.: die „Kommunistische Partei Deutschlands/Aufbauorganisation“, der „Kommunistische Bund“ und der „Kommunistische Bund Westdeutschland“<sup>37)</sup>).

diese Eingrenzung nicht dem Selbstverständnis der studentischen Öffentlichkeit, die wesentlich offener gegenüber organisationsnahen Publikationen war. Es handelt sich bei Daun um eine retrospektivische, aus dem heutigen Verständnis der „Alternativpresse“ vorgenommene Ausgrenzung — ein weiterer Beleg für die Distanz der Alternativkultur zu politischen Organisationsformen.

<sup>29)</sup> Vgl. zum Begriff der „partikularen Gegenöffentlichkeit“: Wolfgang Beywl und Hartmut Brombach, Kritische Anmerkungen zur Theorie der Alternativpresse, in: Publizistik, Heft 4/1982 (im Erscheinen), Kap. 2.3.2.

<sup>30)</sup> Negt/Kluge, a. a. O. (Anm. 14), S. 160.

<sup>31)</sup> Dieses aggressive Klima besteht fort und manifestiert sich z. B. in Anschlägen auf das Büro der Berliner „tageszeitung“ und, wie im Fall der Libanon-Berichterstattung geschehen, auf die Wohnung eines „taz“-Redakteurs. Die Auseinandersetzungen sind dokumentiert in verschiedenen Ausgaben der „taz“, Juni/Juli 1982.

<sup>32)</sup> Eine 25 Titel umfassende Liste ist in Ryschkowsky, a. a. O. (Anm. 13), S. 95, abgedruckt.

<sup>33)</sup> Daun, a. a. O. (Anm. 19), verfährt so, indem er unter der „politischen Gegenpresse“ der sechziger Jahre ausschließlich verbandsunabhängige Zeitungen aufzählt und die organisationsgebundenen wegläßt. Wie aus den nachfolgenden Bemerkungen zur „linksunabhängigen Presse“ hervorgeht, entspricht

<sup>34)</sup> Vgl. dazu Beywl/Brombach, a. a. O. (Anm. 29), Kap. 2.4.

<sup>35)</sup> Dieses Gegensatzpaar ist expliziert in Wolfgang Kraushaar (Hrsg.), Autonomie oder Getto? Kontroversen über die Alternativbewegung, Frankfurt 1978, S. 15 ff., S. 187 ff.

<sup>36)</sup> Vgl. Kukuck, a. a. O. (Anm. 10), S. 165 ff.

<sup>37)</sup> Ebenda, S. 97 ff.



Die „linksunabhängige Presse“ grenzte sich gegen diese als abhängig bezeichneten Richtungsorgane der „orthodoxen“ Organisationen ab. Peter van Spall nannte 1973 in den Vorbemerkungen zur „Übersicht deutschsprachiger Periodika der unabhängigen sozialistischen Linken“ als inhaltliches Aufnahmekriterium „ideologische Unabhängigkeit von den marxistisch-leninistischen Richtungen des offiziellen Kommunismus chinesischer oder russischer Observanz...; linksunabhängig sind nach diesem politischen Auswahlkriterium alle Gruppen und Organisationen, die die marxistischen Theorien aufgrund der neueren polit-ökonomischen Entwicklungstendenzen kritisch reflektieren und deshalb im Gegensatz zu den Stamokap-Konvergenztheoretikern die Diktatur des Proletariats nicht mit einer Diktatur der Bürokratie in einer ‚klassenlosen‘ industriellen Gesellschaft verwechseln“<sup>38)</sup>.

Von den insgesamt 187 — der Definition genügenden — in dieser Übersicht aufgeführten Publikationen lassen sich 80% eindeutig als organisationsgebunden identifizieren. Hier von gehören die meisten in den „linkssozialistischen“, den „reform- oder rätekommunistischen“, den „trotzkistischen“ oder in den Bereich des „Sozialistischen Büros“ (in dessen „Verlag 2000“ die Übersicht erschienen ist). Außerdem sind darunter 30 Juso- oder „linkssozialdemokratische“ Publikationen und einige Zeitungen der „Deutschen Jungdemokraten“ und des „DGB“ sowie acht „innerkirchliche“ Oppositionsblätter.

Wie aus dieser Aufzählung deutlich wird, wurde die „linksunabhängige Presse“ der frühen siebziger Jahre überwiegend von Organisationen innerhalb eines relativ breiten, aber abgegrenzten politischen Spektrums getragen. Bis 1973/74 gab es kaum organisationsungebundene Blätter in dieser Szene.

<sup>38)</sup> Peter van Spall, Übersicht deutschsprachiger Periodika der unabhängigen sozialistischen Linken, Offenbach 1973, 2. Umschlagseite; darin wird den „unabhängig kommunistischen“ und den „neomaotistischen“ Periodika noch ein gewisser Toleranzraum zugemessen; so sind z. B. aufgeführt: „Unser Weg“, Zeitschrift des Kommunistischen Bundes, und „Neues Rotes Forum, Zentralorgan der Kommunistischen Gruppe, NRF“ (vgl. auch Anm. 27).

Die „Alternativpresse“ entwickelte ihr Selbstverständnis in der Zeit nach 1974 und hat als Identität stiftende Gemeinsamkeit die Ablehnung jeglicher partei- und verbandsmäßiger Organisierung. In der Einladung zum ersten Treffen der Alternativpresse am 8. Mai 1976 hieß es: „Es gibt inzwischen eine ganze Reihe von laufenden Zeitungsprojekten und Zeitungsinitiativen in der BRD, die versuchen, eine Politik von links unten zu vermitteln und sich bewußt nicht als Sprachrohr irgendwelcher Organisationen oder Parteien verstehen.“<sup>39)</sup>

Als Einlader zu diesem Treffen traten der „Informationsdienst zur Verbreitung unterbliebener Nachrichten“, der „Aachener Klenkes“ und das „Kölner Volksblatt“ auf<sup>40)</sup>. Der im Juli 1973 gegründete, bis 1981 wöchentlich erscheinene „Informationsdienst“ (mit den Schwerpunkten Stadtguerilla, Randgruppen, Repression, Dritte Welt, Knast und Psychiatrie) lehnte den Führungsanspruch der linken Kaderpublikationen explizit ab: „Wir wollen keinen linken Journalismus aufbauen. Laßt die Betroffenen sprechen. Gebt den Aktiven das Wort, nicht den Journalisten.“<sup>41)</sup> Zentraler Kritikpunkt der Alternativmedien an der „Stellvertreter-Politik“ der Organisationen und ihrem Journalismus ist die vorgebliche Instrumentalisierung von Betroffenen-Interessen. Dieser Vorwurf wird auch den von ihrem Anspruch her basisorientierten, meist stadtteilbezogenen Veröffentlichungen aus dem Umfeld von SPD und DKP gemacht. Die Kritik an der parteiorientierten Stadtteilpresse wird untermauert durch Forschungsergebnisse, die eine häufige Unterordnung der basisdemokratischen Zielsetzung unter die wahlpolitischen Interessen der Parteien feststellen<sup>42)</sup>.

Dieser hier allgemein geschilderte Differenzierungsprozeß wird im nachfolgenden Kapitel an Beispielen aus der lokalen bzw. sublokalen Publizistik veranschaulicht.

<sup>39)</sup> Vgl. ID, Nr. 124 v. 8. 5. 1976.

<sup>40)</sup> Vgl. das Protokoll des ersten Treffens der Alternativzeitungen in: Informationsdienst zur Verbreitung unterbliebener Nachrichten (ID), Nr. 138/139 vom 21. 8. 1976.

<sup>41)</sup> Aus einem Flugblatt des ID des Jahres 1973.

<sup>42)</sup> Vgl. den Sammelband von Otfried Jarren (Hrsg.), Stadtteilzeitungen und lokale Kommunikation, München 1980.



## V. Vom Scheitern der Stadtteilmedien zur Krise des „Betroffenenjournalismus“

Bereits in der Auflösungsphase der APO wurde versucht, den Zerfall der Gegenöffentlichkeit durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit in Betrieben und Stadtteilen zu kompensieren. „Der studentische Plan, Betriebs- und Branchenzeitungen als konstitutive Momente von Gegenöffentlichkeit zu schaffen, wies bereits die bestimmte Richtung einer politischen Arbeit der Studenten im Klassenkampf der Arbeiter.“<sup>43)</sup> Diese in West-Berlin als „Basisbewegung“ bezeichnete und insbesondere auf den Stadtteil ausgerichtete Entwicklung wurde unterbrochen durch das geschilderte Aufleben der Organisationsansätze.

Ein erwähnenswertes Beispiel für die Medienarbeit dieser Stadtteilgruppen ist die „Märkische-Viertel-Zeitung“<sup>44)</sup>. Die „MVZ“ wurde 1969 gegründet. Bis zu ihrer Einstellung Ende 1973 erschienen ca. 30 Ausgaben. Die aus einem studentischen Projekt hervorgegangene Zeitung hatte einen aufklärerischen und aktivierenden Anspruch; sie wollte „die Bewohner bei ihrer Interessenlage und Bedürfnisstruktur abholen, so konservativ oder auch harmonistisch diese auch sein mag“<sup>45)</sup>. Der anfangs praktizierte Gemeinwesenarbeitsansatz schlug 1971/72 um in eine Strategie der politischen Agitation mit dem Ziel, eine sozialistische Orientierung der im Märkischen Viertel arbeitenden Initiativen zu erreichen. Der lokale Bezug der Zeitung ließ in dieser Übergangszeit nach und Themen der „großen Politik“ nahmen zu, wobei gleichzeitig eine Annäherung an die Organisationsansätze der damaligen Zeit feststellbar war<sup>46)</sup>. Werner Braukmann, der 1976 die erste wissenschaftliche Arbeit zur Alternativpresse schrieb<sup>47)</sup>, kritisierte aus der Perspektive des authentischen Medienverständnisses das Kommunikationsmodell der „MVZ“: Ausgehend von der „Manipulationsthese“ (deren Grundlage die oben geschilderten Auseinandersetzungen mit der Springer-Presse waren), habe die „MVZ“ die „Medienwirkung als ‚Einbahnstraße‘“ begrif-

fen. Sie habe damit „die systemkonforme Bevölkerung als Produkt einer Bewußtseinsmanipulation durch u. a. die herrschende Presse“ gesehen<sup>48)</sup>. Der zweite Hauptkritikpunkt besteht in der Funktionalisierung der Zeitung für eine sozialistische Politik: „Sie machten die Zeitung zu einem Organ der Politik.“<sup>49)</sup>

Die Alternative zum kritisierten „instrumentalen Medienverständnis“ ist ein „authentisches Medienverständnis“<sup>50)</sup>. Kernbestandteile dieses alternativen Kommunikationsmodells sind die Aufhebung der Rollentrennung zwischen Kommunikator und Rezipienten sowie die ausschließliche Bestimmung der Medieninhalte durch die „unverfälschten Interessen der Betroffenen“<sup>51)</sup>.

Dieser Anspruch ist den ca. 250 alternativen Medien<sup>52)</sup>, die inzwischen auf lokaler bzw. sublokaler Ebene ihr Leserpublikum suchen, gemeinsam. Voraussetzung für die Umsetzung dieses Anspruches ist ein Netz von Bürgerinitiativen und Gegeninstitutionen: Stadtteilinitiativen, Umweltschutz- und Anti-AKW-Initiativen, Buchläden, Cafés und Kneipen, Kommunikationszentren, alternative Bildungsstätten usw.<sup>53)</sup>. Die „Alternativpresse“ hat eine doppelte Funktion für dieses Netz von Gruppen und Gegeninstitutionen: Einerseits stellt sie einen Kommunikationszusammenhang zwischen den Institutionen und über sie hinaus in der Leserschaft her, andererseits dient sie als Werbeträger für die sozialen und politischen Ideen der Gruppen und Projekte und auch für die angebotenen Dienstleistungen und Produkte von Alternativbetrieben.

<sup>48)</sup> Braukmann 1978, a. a. O., S. 40.

<sup>49)</sup> Ebenda, S. 41.

<sup>50)</sup> Zum Begriff des „instrumentalen Medienverständnisses“ vgl. Frank Böckelmann, Theorie der Massenkommunikation. Das System hergestellter Öffentlichkeit, Frankfurt 1975, S. 223; zum Begriff des „alternativen Kommunikationsmodells“ vgl. Beywl/Brombach, a. a. O. (Anm. 29), Kap. 2.3.

<sup>51)</sup> Vgl. dazu ausführlich Claus Eurich, Kommunikative Partizipation und partizipative Kommunikationsforschung, Frankfurt 1980.

<sup>52)</sup> Einen jeweils aktuellen Überblick über diese Zeitungen gibt das jährlich erscheinende „Riesengroße Verzeichnis Aller Alternativzeitungen“, hrsg. von der „Arbeitsgruppe Alternativpresse“, Postfach 13 11, Bonn. Als neueste Ausgabe ist erschienen: AgAp (Hrsg.), Extraausgabe 1982, Bonn 1982.

<sup>53)</sup> Vgl. dazu die ca. 25 Stadt- und Stadtbücher, deren erstes 1979 in Berlin erschienen ist; eine Bezugsliste ist in AgAp 1982, a. a. O., S. 36 abgedruckt.

<sup>43)</sup> Bergmann u. a., a. a. O. (Anm. 1), S. 175.

<sup>44)</sup> Autorengruppe „Märkische Viertel Zeitung“, Stadtteilzeitung, Reinbek 1974.

<sup>45)</sup> Ebenda, S. 64.

<sup>46)</sup> Werner Braukmann, Auch: Eine Zeitung ‚von oben‘, in: Medien, Heft 3/1978, S. 37 ff.

<sup>47)</sup> Werner Braukmann, Alternativen der Lokalpresse in der Bundesrepublik seit Ende der 60er Jahre (Wiss. Hausarbeit, Universität Marburg, unveröff.), 1976.



Unterscheidbar sind zwei Formen der Einlösung eines „alternativen Kommunikationsmodells“: die der „subkulturellen Teilöffentlichkeit“ und die der „Initiativen-Öffentlichkeit“. Der erste, auch mit Bezeichnungen wie „Scene-Presse“ oder „Sponti-Zeitungen“ belegte Strang sei hier nur kurz angesprochen. Ähnlich wie die „literarische Alternativpresse“ wird hier „aus der Szene für die Szene geschrieben“<sup>54)</sup>. In den großen Städten erreichen diese Blätter dank eines engmaschigen Netzes subkultureller Institutionen und Gruppierungen bis zu 10 000 Leser. Beispiele sind die Berliner „Radikal“ und der Frankfurter „Pflasterstrand“, beide 1976/77 gegründet. Sie sind der „politischen Gegenpresse“ der Studentenbewegung sowohl in der inhaltlichen Zielsetzung wie in der formalen Gestaltung ähnlich. Übergänge zur „Initiativenöffentlichkeit“ stellen Zeitungen wie das Münchener „Blatt“ (schon 1973 gegründet!) oder die Hamburger „Große Freiheit“ dar.

Zielsetzung der „Initiativen-Öffentlichkeit“ ist, im Gegensatz zu den „Scene-Blättern“, eine breite Öffentlichkeit zu erreichen<sup>55)</sup>. Älteste und in der Umsetzung des basisdemokratischen Anspruches konsequenteste Form der „Initiativen-Öffentlichkeit“ sind die „Volksblätter“<sup>56)</sup>.

Kern des Volksblatt-Konzepts ist die „Betroffenenberichterstattung“ auf lokaler Ebene. Die Erstellung und Verbreitung der Zeitung wird als Dienstleistung für die aktiven Initiativen angesehen, nicht als eigenständige journalistische Leistung.

So fungierte Mitte der siebziger Jahre das „Kölner Volksblatt“ als Mitteilungsorgan der damals ca. 30 Kölner Initiativen, die den Aufbau des Blattes aktiv unterstützt hatten. Die

<sup>54)</sup> Hadayatullah Hübsch, *Alternative Öffentlichkeit. Freiräume der Information und Kommunikation*, Frankfurt 1980, S. 99. Eine Dokumentation der Abkapselung kleiner „In-Kreise“ mit hoher Kommunikationsdichte ist der Reader von Günther Emig, Peter Engel, Christoph Schubert, *Die Alternativpresse. Kontroversen, Polemiken, Dokumente*, Ellwangen 1980 (vgl. auch Anm. 29).

<sup>55)</sup> Auf dem 2. Treffen der Alternativen Presse (Oktober 1976 in Kassel) entstand eine „... Front zwischen Volksblättern auf der einen, Szene-Blättern auf der anderen Seite...“. Den „Volksblättern“ wurde u. a. Berührungsangst mit einem explizit linken Politikverständnis vorgeworfen. Auf dem nachfolgenden Treffen (Jan. 1977 in Hannover) fehlten mehrere nordrhein-westfälische Volksblätter; vgl. ID, Nr. 149 v. 30. 10. 1976.

<sup>56)</sup> Als wichtigste seien genannt (mit Gründungsdaten in Klammern): „Kölner Volksblatt“ (1974), „Klenkes“, Aachen (1975), „Ruhr-Volksblatt“ (1975).

meisten Beiträge waren von den Initiativen selbst erstellte Reportagen, die durch die „Schlußredaktion“ des Volksblattes nur leicht oder gar nicht überarbeitet wurden. Anfangs bediente sich das Blatt darüber hinaus auch des Tonband-Journalismus. Bürger, die durch Mißstände betroffen waren oder bestimmte Anliegen hatten, wurden durch einen Mitarbeiter des Volksblattes interviewt, das Gespräch wurde aufgezeichnet und weitgehend unverändert abgedruckt. Das Ziel beider Vorgehensweisen war: „Die Betroffenen sollen sich im Volksblatt wiederfinden.“<sup>57)</sup> Die Zielsetzung der Blätter mit den Untertiteln „Bürgerinitiativen informieren“, „Zeitung Aachener Bürgerinitiativen“ oder „Initiativen aus Arbeitersiedlungen berichten“ war, die arbeitender Initiativen zu verbinden und die Betroffenen zu Wort kommen zu lassen. Die Bescheidung auf diese dienende Funktion und die häufig streng durchgehaltene Beschränkung auf lokale Themen ist ein Reflex auf die elitäre und von konkreten Erfahrungen abgehobene Politik der „K-Gruppen“. Oftmals waren die Gründer von Alternativzeitungen Polit-Aktivisten, die für sich und die betroffenen gesellschaftlichen Gruppen nach neuen, befriedigenden und erfolgversprechenden Arbeitsfeldern suchten. Die in die wachsende Initiativenbewegung gesetzte Hoffnung war so groß, daß ihre Unterstützung durch eine dienstleistende Medienarbeit lohnend schien<sup>58)</sup>. Eine ganzheitliche „Gegenöffentlichkeit“, in der eine Bürgerinitiativenbewegung in breite Teile der Bevölkerung hineinwirken konnte, bahnte sich offenbar an. Die Zeitung sollte in diesem Prozeß als „Transmissionsriemen“ fungieren, als zusätzliches, aber nicht eigenständiges Element im Prozeß der Gegenöffentlichkeit.

Zu den Blättern, die sich zeitweilig als „Volksblattbewegung“ begriffen, schrieb Braukmann 1976, deren Selbstverständnis durchaus widerspiegelnd: „Eine linke Öffentlichkeit gibt es schon länger. Die untersuchte junge Lokalpublizistik hat nun den Durchbruch in andere Leserschichten geschafft.“<sup>59)</sup>

<sup>57)</sup> Kölner Volksblatt, Nr. 2/1975, S. 2.

<sup>58)</sup> Die Entstehungsgeschichte verschiedener Alternativzeitungen belegt diese These; vgl. Franz Brüseke, Hans-Martin Große-Oetringhaus, *Blätter von unten. Alternativzeitungen in der Bundesrepublik*, Offenbach 1981 („Knipperdolling“, Münster); Uschi Patermann, Marion Kretz, Martin Schmidt-Röbleben, „De Schnüss — Stattzeitung in Bonn“, Bonn 1981 (unveröff.); Braukmann 1976, a. a. O. (Anm. 47), (verschiedene Blätter).

<sup>59)</sup> Braukmann 1976, a. a. O., S. 199; vgl. auch Braukmann 1978, S. 33.



War dies bereits damals eine optimistische Einschätzung (denn aus der Auflagenhöhe läßt sich berechnen, daß die „Volksblätter“ maximal 3 % der Wohnbevölkerung vor Ort als Leser gewinnen konnten<sup>60)</sup>, so erweist sich der prognostische Wert der Aussage als gering. Der „Betroffenenjournalismus“, der als Versuch der Anknüpfung an die studentische Gegenöffentlichkeit begriffen werden kann, indem er authentische Lebensinteressen in einer größeren Öffentlichkeit hat geltend machen wollen, ist heute, nach fünf teilweise erfolgreichen Jahren, in einer tiefen Krise<sup>61)</sup>.

Diese Krise drückt sich aus in der Einstellung von Zeitungen (z. B. dem „Bochumer Volksblatt“, „Wat löppt“ aus Wuppertal) oder in einer Umstellung der Konzeption, die sich unter anderem im Streichen der Untertitel, die auf die Sprachrohr-Funktion hinwiesen, bemerkbar macht (wie beim „Kölner Volksblatt“ und dem Aachener „Klenkes“). Als einziges Blatt konnte das „Ruhrvolksblatt“ der Idee treu bleiben, allerdings um den Preis der Begrenzung der Leserschaft auf die Mitglieder der Arbeiterinitia-

tiven und die unmittelbar betroffenen Bewohner.

Mit in die Krise hineingezogen werden die Mischformen zwischen Volksblatt und Szene-Zeitungen, oftmals als „Stadtblätter“ bezeichnet. Eingestellt wurden z. B. die „Passauer kleine Zeitung“, „Klartext“ in Essen und die „Fuldaer Stadtzeitung“. Das einstmals zweiwöchentlich in einer Auflage von 15 000 Exemplaren erscheinende „Blatt“ steht vor dem finanziellen Ruin, ebenso wie das „Kölner Volksblatt“, dessen Druckauflage binnen dreier Jahre auf knapp 5 000 Exemplaren halbiert wurde. Selbst die „Szene-Blätter“ haben zu kämpfen. So erwägt der Frankfurter „Pflasterstrand“, seine langjährig benutzte Alternativdruckerei zu wechseln, um die Druckkosten zu senken. Eine weitere Phase oppositioneller Öffentlichkeit geht zu Ende und weicht neuen Ansätzen, die mit „Professionalisierung“ und „journalistischer Qualifizierung“, teilweise mit „Kommerzialisierung“ und vielleicht sogar mit der Rückkehr zu einer parteipolitischen Orientierung zu bezeichnen sind.

## VI. Hintergründe und Tendenzen einer Neuorientierung der Alternativpresse

Die Hintergründe für die Krise der „authentischen Alternativpresse“ sind in zwei Bereichen zu suchen: Im Wandel der politisch-sozialen Bewegung, deren Ausdruck Initiativen- und Szene-Medien sind, und in der Verände-

rung der ökonomischen Bedingungen der Produktion und des Vertriebs von Alternativmedien.

Seit 1980 werden in den Selbstverständnisdiskussionen der Alternativpresse Stimmen laut, die Unzufriedenheit mit der politischen Anbindung und Wirksamkeit von lokalen Alternativmedien in den Bürgerinitiativen und sonstigen Gruppen der linken und alternativen Szene zum Ausdruck bringen:

— Die Initiativen verstehen die Volks- und Stadtblätter immer weniger als „ihre“ Zeitung; sie werden zunehmend in den lokalen Tagesmedien, z. T. sogar in kommerziellen Anzeigenblättern berücksichtigt, und auch die Stadtmagazine scheinen wegen ihrer hohen Auflage besser geeignet, die Anliegen von Bürgerinitiativen öffentlich zu machen.

— Der Basiskonsens der Initiativen ist brüchig geworden. Insbesondere wird die Wirksamkeit des allein außerparlamentarischen Protestes von Betroffenen bezweifelt. Die zunehmende Distanzierung von der SPD trägt außerdem dazu bei, daß „Bunte“ bzw. „Alternative“ Wahllisten und ökologische Parteien (insbe-

<sup>60)</sup> Vgl. Wolfgang Beywl, Lokale Alternativpresse. Situation und Perspektiven der Weiterentwicklung; in: AgAp (Hrsg.), Die Andere Bundespressekonferenz. Dokumentation, Bonn 1980.

<sup>61)</sup> Anachronistisch mutet angesichts dieser Einschätzung der Versuch der ca. 30 „Freien Radios“ in der Bundesrepublik an. Diese illegal sendenden „Schwarzsender“ wollen den basisdemokratischen Betroffenenjournalismus wiederbeleben, indem sie, dem Brechtschen Ideal der Nutzung des Rundfunks als Kommunikationsapparat folgend, den Hörern und Hörerinnen die Produktion der Sendungen überlassen wollen: „Der Dialog zwischen Gruppen oder einzelnen mit Hilfe eines bestimmten Mediums — hier des Rundfunks — setzt die gleichberechtigte Verfügbarkeit für alle Beteiligten voraus. Jeder, jede Gruppe muß senden können, und darf nicht auf Zuhören festgelegt werden“. In: Christoph Busch, Freundeskreis Freie Radios Münster (Hrsg.), Was Sie schon immer über Freie Radios wissen wollten, aber nie zu fragen wagten!, S. 71. Fraglich ist, ob die Andersartigkeit des Mediums (Rundfunk) es rechtfertigt, auf die Aufarbeitung der Erfahrungen mit dem Betroffenenjournalismus der „Volksblätter“ zu verzichten.



sondere GAZ, „Die Grünen“) sowie neue Linksparteien („Demokratische Sozialisten“) gegründet werden. Diese Wahlbündnisse und neuen Parteien entwickeln besonders dort, wo sie — begünstigt durch eine breite Bürgerinitiativenbewegung — bereits in die Parlamente eingezogen sind, eigene Medien (besonders in Berlin und Hamburg)<sup>62</sup>).

— Die Bewegung hat wichtige Teilziele erreicht (z. B. die Verlangsamung des Autobahnbbaus oder die Verkehrsberuhigung in den Städten), sieht sich andererseits jedoch in einer aussichtslosen Position, z. B. in der Auseinandersetzung um die Kernenergie, wo in den letzten beiden Jahren Gerichte letztinstanzlich den Bau bzw. Weiterbau von Atomanlagen genehmigt haben. Andererseits erstarkt die „Friedensbewegung“, die über die unmittelbare Betroffenheit ansetzende Politik hinausgeht, insofern sie an militär- und außenpolitischen Problemlagen ansetzt.

— Nicht nur die Friedensbewegung, auch die Umweltschutzbewegung, die Frauenbewegung und viele andere Gruppierungen haben sich zur Koordinierung ihrer Zielsetzungen und zur Darstellung ihrer politischen Anliegen eigene Medien geschaffen<sup>63</sup>).

Alternativmedien und aktive Basisbewegungen entwickeln sich auseinander. Dort, wo spezialisierte Gruppenmedien oder Stadtmagazine erscheinen, werden Stadt(t)zeitung und Volksblätter zunehmend als verzichtbar angesehen. In den Redaktionen kommt es zu Motivationsproblemen der Mitarbeiter — und die Auflagen sinken. Die Wichtigkeit der kleinen Alternativmedien, die mit dem Konzept des Betroffenenjournalismus arbeiten, steht gegenwärtig in Frage<sup>64</sup>).

<sup>62</sup>) Die Anzahl der von „alternativen“ und „bunten Listen“ bzw. der von den „Grünen“ herausgegebenen Zeitungen ist gegenwärtig nicht abschätzbar, steigt jedoch an. Beispiele sind der „Stachel“ aus Berlin oder die Kölner Stadtteilzeitung „Nippes alternativ“. Bemerkenswert ist die Fusion der Trierer unabhängigen Alternativzeitung „Katz“ mit der parteigebundenen „Grün“. Seit dem bundesweiten Kongreß „Alternativen in der Kommunalpolitik“ wird die Frage kontrovers diskutiert, „ob eine listengebundene oder unabhängige Zeitung sinnvoll bzw. erfolgreicher sei“ (vgl.: Bunte Liste Bielefeld [Hrsg.], Dokumentation, Bielefeld 1981, S. 50 f.). Das „Kölner Volksblatt“ stellte mit Erstaunen fest, daß 42,5% seiner Leser eine Wahlpräferenz für die „Grünen“ äußern. In: Kölner Volksblatt betr.: Leserumfrage, Nr. 9/82, S. 22.

<sup>63</sup>) In AgAp 1982, a. a. O. (Anm. 52), sind 41 Frauenzeitungen, 31 Umweltzeitungen und die ersten 7 „Friedens- und Anti-Kriegs-Zeitungen“ aufgeführt.

Das „Kölner Volksblatt“, die Zeitung, welche das Konzept des „Betroffenenjournalismus“ geprägt hat, sucht unter diesen Bedingungen nach einem neuen Verhältnis zu den Selbstorganisationen an der Basis: „Das Volksblatt und seine Redaktion muß gegenüber diesen Gruppen autonom werden, eine eigenständige politische Publizistik vertreten und nicht länger die im Medium selbst liegenden ‚handwerklichen‘ Bedingungen vernachlässigen.“<sup>65</sup>)

Diese Position ist nicht unumstritten; in der lokalen Alternativpresse setzt sie sich jedoch zunehmend durch. Im „Knipperdolling“, dem 1975 gegründeten „Münsteraner Generalanzweifler“, wurden 1980 unter dem Stichwort „Krise des Knipperdolling“ zwei konkurrierende Lösungsvorschläge präsentiert, die kurz gefaßt auf die Formel „subkulturell versus bürgernah“ zu bringen sind. „Die ‚bürgernahe‘ Position behauptet, (es) sei wichtig, Berichte aus linker Subkultur in Grenzen zu halten und ‚bürgernäher‘ zu werden, d. h., Hintergrundinformationen zum lokalen Geschehen zu bringen, Nachrichten, die in der Tagespresse sonst nicht zu finden sind, und andere Interpretationen lokaler Politik; dies setze eine Erweiterung unseres Themenspektrums, kontinuierliche Berichterstattung zu lokalpolitischen Themen und eine Verbreiterung des Leserkreises voraus, die nur durch die Effektivierung unserer Arbeitsformen (beispielsweise mehr ‚Bürodiener‘) zu realisieren seien.“<sup>66</sup>)

Inzwischen hat der „Knipperdolling“ mit einem Münsteraner Veranstaltungskalender fusioniert und erscheint mit auf 10 000 Exemplare erhöhter Auflage 14tägig im Magazin-Format (DIN A 4) als „Münsteraner Stadtblatt“. Ähn-

<sup>64</sup>) Die geschilderte Entwicklung trifft insbesondere auf die Alternativzeitungen zu, die bereits mehrere Jahre bestehen und Auflagen von mehr als 2 000 Exemplaren haben; diese bekommen bei Sinken der Auflagenzahlen finanzielle Probleme, da der Bürobetrieb Fixkosten verursacht, die durch Verkaufseinnahmen finanziert werden müssen. Die kleineren Zeitungen mit Auflagen um die 1 000 Exemplare, häufig ohne eigene Büroräume und mit sehr geringen Produktionskosten, sind davon nicht betroffen. Da weiterhin unverdrossen neue Zeitungen gegründet werden, kommt es zu dem paradoxen Ergebnis, daß trotz „Krise des Betroffenenjournalismus“ und der Einstellung einiger größerer Blätter die Gesamtzahl der alternativen Lokalblätter zunimmt; jeweils aktuelle Daten sind den „Riesengroßen Verzeichnissen der Alternativpresse“ (AgAp 1981, AgAp 1982) zu entnehmen.

<sup>65</sup>) Kölner Volksblatt, Nr. 22/81, S. 5.

<sup>66</sup>) „Selbstdarstellung: Krise des Knipperdolling“, in: Knipperdolling, Nr. 3/1980.



lich verfuhr das „Bremer Blatt“, dem das Magazin-Format ebenfalls erfolgsträchtiger schien und deshalb im September 1980 zur Konzeption der Stadtilustrierten wechselte. Selbst im Frankfurter „Pflasterstrand“ ist der Unmittelbarkeitsjargon der vergangenen Jahre umstritten: „Wir haben die Frage nach der journalistischen Arbeit einfach aus dem Blatt herausgehalten. Wir sind eine Zeitschrift der Debatte und der Schreibtischtäter, wir wissen auch nicht, wie wir mit Journalismus umgehen können.“<sup>67)</sup>

Das vormalige Qualitätsmerkmal der Alternativpresse, „laienhafte und demokratische Produktionsweise“, wird heute kritisch eingeschätzt. Es entsteht ein verstärktes Bedürfnis nach Qualifizierung in journalistischen und technischen Fähigkeiten besonders bei denjenigen Redaktionsmitgliedern, die mit abgeschlossener Berufsausbildung in sozialwissenschaftlichen, pädagogischen und philologischen Fächern bei dem anhaltenden Arbeitsplatzmangel eine langfristige Tätigkeit suchen. „Qualifizierung“ bedeutet häufig auch „Professionalisierung“. Bisher beschränkte sich die Mitarbeit in Alternativzeitungen auf unbezahlte Tätigkeit; in Ausnahmefällen wurden „Bürodiener“ beschäftigt, die die Ausführung technischer Arbeiten zu gewährleisten hatten. Heute beschäftigen ca. 20 % der lokalen Alternativzeitungen meist einen oder zwei festangestellte Mitarbeiter, die auch redaktionell arbeiten<sup>68)</sup>. Sehr weit fortentwickelt ist das Konzept des professionellen Journalismus bei den jungen Wochenzeitungen. Die „Kieler Rundschau“, durch Spenden eines weiten liberalen, linken und alternativen Unterstützerkreises vorfinanziert, erscheint bereits im dritten Jahrgang. Dieses ca. 20 Seiten starke Blatt im Zeitungsformat ähnelt seinem lokalen Konkurrenten, den „Kieler Nachrichten“, mehr als dem inzwischen eingestellten, alternativen Monatsblatt „Spoekenkieker“. Ein ähnliches Konzept wie die „KR“ verfolgt die „Hamburger Rundschau“, während sich die hannoveraner „Na Na“ in ihren Gestaltungsprinzipien mehr an die Alternativpresse anlehnt.

Spätestens hier mag sich die Frage nach der Dehnbarkeit des Begriffes „Alternativpresse“

<sup>67)</sup> Mathias vom „Pflasterstrand“ in: „Die Wiederkehr des Immergleichen — über Betroffenenjournalismus und die Folgen“, in: Network Medien-Magazin, Nr. 1/1982, S. 27.

<sup>68)</sup> Genauere Angaben im unveröffentlichten Bericht von Hartmut Brombach, Strukturdaten der Alternativpresse 1981, Bonn 1982 (AgAp-Arbeitspapier); vgl. auch Anm. 71.

stellen: Ist mit der Hinwendung zum professionellen Journalismus die Grenze zur etablierten Tages- und Wochenpresse überschritten? Denn neben der Unabhängigkeit von Organisationen ist die ökonomische Unabhängigkeit das entscheidende Merkmal der Alternativpresse. Insbesondere bedeutet dies Unabhängigkeit vom Anzeigenmarkt und von Gewinninteressen der Kapitalgeber für die Zeitungsproduktion<sup>69)</sup>.

Eine Grenzüberschreitung hin zur „Kommerzialisierung“ wird den „Stadtmagazinen“ von den kleinen Alternativmedien vorgeworfen. Diese ca. 30 Magazine erscheinen nahezu ausschließlich in Städten mit mehr als 100 000 Einwohnern, drucken bis zu 90 000 Exemplare pro Monat (der Mittelwert liegt bei ca. 17 000 Exemplaren) und verkaufen pro Monat fast eine halbe Million Hefte<sup>70)</sup>. Damit verkaufen sie etwa doppelt so viel wie die übrige lokale Alternativpresse mit insgesamt ca. 170 Titeln zusammen.

„Den vielen kleinen Redaktionen, die eine Zeitung mit durchschnittlich 2 000 Exemplaren Druckauflage, 28 DIN A4-Seiten zum Preis von ca. 1,00 DM verkaufen, stehen wenige große Stadtmagazine gegenüber, die die zehnfache Durchschnittsauflage haben und ihr ca. 90 Seiten dickes Heft für durchschnittlich 2,00 DM verkaufen.“<sup>71)</sup>

Dieser Polarisierungsprozeß, der auch als „Pressekonzentration“ im alternativen Medienbereich bezeichnet werden kann, ist vielfach auch ein ökonomischer Konkurrenzkampf: sowohl untereinander — die Stadtmagazine sind zu zwei konkurrierenden Anzeigenverbänden zusammengeschlossen<sup>72)</sup> — als auch gegenüber den kleinen Stadtzeitungen. Da die Magazine wegen ihrer hohen Auflage attraktive Werbemedien sind, wechseln lokale Anzeigenkunden der Stadtzeitungen zu der großen Konkurrenz, über die sie ihr Zielpubli-

<sup>69)</sup> Vgl. zu den Definitionskriterien ausführlich Beywl/Brombach, a. a. O.

<sup>70)</sup> Vgl. die umfangreiche Arbeit von Kurt Waichler, Stadtmagazine als Bestandteil der lokalen Kommunikation (wiss. Hausarbeit, unveröff.), Münster 1981.

<sup>71)</sup> Wolfgang Beywl, Lokale Alternativpresse. Eine erste Bestandsaufnahme, in: Media Perspektiven, Heft 3/1982, S. 189. Die Schlußfolgerungen von Waichler, a. a. O., sind mit dieser Studie nicht unmittelbar vergleichbar, da jeweils unterschiedliche Definitions- und Abgrenzungskriterien angelegt werden.

<sup>72)</sup> Vgl. Achim Meyer, Zur Anzeigendiskussion in der Alternativpresse. Die Geschichte der Anzeigenverbände, in: AgAp 1980, a. a. O. (Anm. 60), S. 46—47.



kum wesentlich besser erreichen. Der Anteil der Anzeigeneinnahmen an den Gesamteinnahmen liegt bei den Stadtmagazinen bei durchschnittlich ca. 75 %, während der Durchschnittswert bei den Stadtzeitungen bei höchstens 25 % anzusetzen ist<sup>73</sup>). Das Münchner „Blatt“, Mitbegründer des Anzeigenverbundes „SPP“ („Scene-Programm-Press“), dann aber wegen politischer Bedenken ausgetreten, schrieb im August 1982: „Der Ausstieg aus der alternativen Werbeagentur SPP ... ist eine der Hauptursachen für die Finanz-Misere ... Es ermöglichte der Münchner Stadtzeitung die Entstehung in der heutigen Dimension.“<sup>74</sup>) Während die (teil-)kommerziellen Stadtmagazine expandieren, stecken die kleinen Alternativmedien in der Krise und suchen nach neuen Orientierungen. Diese deuten sich an im Konzept der zu ca. 50 % anzeigeabhängigen „Stadtilustrierten“, denen die Bonner „De Schnüss“, die „Münsteraner Stadtzeitung“ und das „Bremer Blatt“ zuzurechnen sind<sup>75</sup>). Weiterhin erfolgreich arbeitet das „Bielefelder

<sup>73</sup>) Damit ist die Anzeigenabhängigkeit der Finanzierungsgrundlage von Stadtmagazinen ebenso hoch wie die von Tageszeitungen. Vgl. Jochen Noll, Die Deutsche Tagespresse. Ihre wirtschaftliche und redaktionelle Struktur, Frankfurt 1977, S. 16.

<sup>74</sup>) Die „Münchner Stadtzeitung“, von der Cultura Verlags GmbH & Co KG herausgegeben, wird professionell erstellt; sie ist aus der wirtschaftlichen Initiative einer Einzelperson hervorgegangen, was schon im Entstehungsprozeß den Unterschied zu kollektiven Gründungen der Stadtzeitungen (auch einiger Stadtmagazine) deutlich macht. Das 126 Seiten starke Monatsmagazin hat mit einer Druckauflage von 15 000 Exemplaren das einstmals ebenso auflagenstarke „Blatt“ (zweimal wöchentlich, ca. 68 S.) überholt; vgl. Blatt, Nr. 229 vom 20. 8. 1982, S. 9.

<sup>75</sup>) Dieses Stadium erweist sich jedoch vielleicht als kurzes Verweilen auf dem Weg zum großen Stadtmagazin; das „Bremer Blatt“, eine aus dem Volksblatt-Konzept entwickelte Illustrierte, schreibt in seiner September-Ausgabe 1982: „Unwiderruflich haben wir beschlossen, Schluß zu machen: Rund 50 Seiten BREMER BLATT jeden Monat sind uns zu wenig. Wir haben „Stoff“ für mehr! Deshalb wird die nächste Ausgabe auch doppelt so stark: rund hundert ganze Seiten ... dazu der dickste Programmkalender, den diese Stadt je gesehen hat.“

Stadtblatt“, eine im Zeitungsformat in einer Auflage von 5 000 verkaufte, weitgehend anzeigenunabhängige Stadtzeitung. Gemeinsam ist den genannten Blättern ein gegenüber ihren Vorgängern höherer Grad journalistischer Qualifizierung und Professionalisierung.

Andererseits schreitet die Expansion des Bereiches der „Stadtmagazine“ fort, bedingt unter anderem durch das Ziel der Werbeagenturen und Anzeigenverbände, die weißen Flecken im Verbreitungsgebiet der Magazine abzudecken. Hieran wird der Unterschied zu den vorangegangenen Differenzierungsprozessen der oppositionellen Medien deutlich: Dieses Mal ist die Aufspaltung ökonomisch bedingt und vollzieht sich unabhängig von Interessen der politisch aktiven Basis. Das Auseinander-treten von Medium und Politik ist die andere Seite des Kommerzialisierungsprozesses, in dem konzeptionelle Entscheidungen zunehmend am Anzeigen- und Lesermarkt orientiert werden. Viel spricht für die Einschätzung, daß mit den „Stadtmagazinen“ ein neuer, interessanter und das lokale politische und kulturelle Leben aktivierender Bereich von Publizistik entsteht. Andererseits stellt sich die Frage, ob mit dem Einlassen auf die Zwänge, die aus der Marktorientierung der Magazine resultieren, Abschied vom Konzept der Gegenöffentlichkeit genommen wird.

In den nicht-kommerziellen, kleineren Alternativzeitungen, den Stadt- und Stadtzeitungen, den Stadtilustrierten und den Scene-Zeitungen steht die mediale Antwort auf die Veränderungsprozesse an der Basis noch aus. Vielleicht ist die gegenwärtige Umbruchsphase der Gegenöffentlichkeit mit „Verpuppung“ richtig bezeichnet: Noch ist nicht erkennbar, in welcher Gestalt basisorientierte Medienarbeit fortgeführt wird, sobald sich die neuen elektronischen Medien in die Struktur der lokalen Kommunikation einlagern und andererseits die Themen traditionaler Politik wie Massenarbeitslosigkeit, Sozialabbau und Friedenssicherung noch stärker in den Vordergrund sozialer und politischer Auseinandersetzungen treten.



## **Hermann Meyn: Weithin im Getto: Die Presse der Verbände. Die Gewerkschaften und die Kirchen — zwei Großgruppen mit publizistischen Sorgen**

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 45/82, S. 3—17

Der Deutsche Gewerkschaftsbund und die in ihm zusammengeschlossenen Industriegewerkschaften geben ähnlich wie die evangelische und die katholische Kirche jährlich viele Millionen Mark für ihre publizistische Arbeit aus. Die von ihnen herausgegebenen Zeitungen und Zeitschriften haben sich zum Teil inhaltlich beträchtlich gewandelt und zur Gesellschaft hin geöffnet. Trotz beträchtlicher finanzieller Anstrengungen und inhaltlicher Modernisierungen ist es diesen beiden Großgruppen aber versagt geblieben, in einer breiten Öffentlichkeit mit ihrer Publizistik originär vertreten zu sein. Ihre Positionen und Argumentationen kommen zumeist nur durch andere Medien vermittelt in diese Öffentlichkeit, weil die eigenen Publikationen vornehmlich der Binnenkommunikation dienen. Diese Getto-Situation befriedigt beide nicht: Die Kirchen wie die Gewerkschaften haben wiederholt laut darüber nachgedacht, wie sie ihre publizistische Wirkung verbessern könnten. Bislang ist es offenbar beim Nachdenken geblieben.

## **Wolfgang Beywl: Die Alternativpresse — ein Modell für Gegenöffentlichkeit und seine Grenzen**

Aus Politik und Zeitgeschichte, B 45/82, S. 18—31

Als Ausdruck der Alternativbewegung ist die lokale Alternativpresse zu einer nicht mehr übersehbaren Erscheinung in der Presselandschaft der Bundesrepublik geworden. Gemeinsam ist den alternativen Zeitungen und Zeitschriften das Ziel, „Gegenöffentlichkeit“ herzustellen. Insbesondere wollen sie Nachrichten und Meinungen verbreiten, die in der etablierten Presse nicht oder zu wenig berücksichtigt werden.

„Gegenöffentlichkeit“ ist ein zentraler Begriff verschiedener politischer Oppositionsströmungen, die eine gemeinsame Wurzel in der Studentenbewegung der späten sechziger Jahre haben. Die Entstehung der Alternativpresse wird beginnend mit dem Zerfall der studentischen Gegenöffentlichkeit nachgezeichnet. Das in der Studentenbewegung entwickelte Konzept der Gegenöffentlichkeit wird dann ab Mitte der siebziger Jahre wieder aufgenommen im „alternativen Kommunikationsmodell“ der „Volksblätter“, „Stadt- und Stadtzeitungen“ sowie „Scene-Blätter“. Dieses Modell reflektiert die basisdemokratischen Ansprüche der Bürgerinitiativen- und Alternativbewegung und versucht, sie in eine laienhaft handhabbare, betroffenen-orientierte Publizistik umzusetzen.

Die Alternativpublizistik ist heute in einer konzeptionellen Krise; für die aktiven Basisinitiativen steht die Wichtigkeit der kleinen Medien in Frage. Hingegen expandieren die — teilweise aus den Alternativzeitungen hervorgegangenen — „Stadtmagazine“ und „Stadtillustrierten“. Während die vorangegangenen Differenzierungsprozesse der Gegenöffentlichkeit auf politische Veränderungen der sozialen Bewegungen zurückgingen, ist der neueste Polarisierungsprozeß zwischen kleinen und großen Alternativmedien ökonomisch bedingt. Ist mit der Anpassung der Stadtmagazine an die Markterfordernisse die Grenzlinie des „Alternativen“ überschritten? Welche Tendenzen einer politischen und journalistischen Umorientierung sind absehbar?