

Protokoll Nr. 1
zur Vortragsreihe „Die Macht der Medien“
Erfahrungsberichte erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit

Datum: Donnerstag, 7. November 2013
Ort: Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg, Fakultät für
Humanwissenschaften, Gebäude 40, Raum 231

Veranstalter: Agentur REDEzeit
Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg
Wirtschaftsjunioren Magdeburg

Ansprechpartner: Tino Grosche

Teilnehmer: Mitglieder der Wirtschaftsjunioren Magdeburg
(junge Unternehmer/innen und Führungskräfte)
Teilnehmer/innen des Studienprogramms „Studieren ab 50“
Studierende und Doktoranden der Universität und der Hochschule

Verlauf:

Tino Grosche, Inhaber von REDEzeit und Leiter des Ressorts Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Wirtschaftsjunioren Magdeburg, eröffnet mit zwei Anekdoten die Vortragsreihe „Die Macht der Medien“ und verweist auf den Rhetoriktrainer René Borbonus, der einen Vortrag mal wie folgt begonnen hat:

„Vielleicht erinnern Sie sich an Gordon Brown. Und vielleicht erinnern Sie sich an eine Situation zwei Wochen vor der Wahl ungefähr. Da steht er in einem gestellten Gespräch mit einer Rentnerin. Die beiden unterhalten sich nett, sind sich inhaltlich aber überhaupt nicht einig. Dennoch gehen sie respektvoll miteinander um. Als Gordon Brown zum Auto geht, spricht er seinen persönlichen Referenten an und vergisst, dass er noch sein Mikrophon am Revers hat und damit noch auf Sendung ist. Er fragt ihn: `Wie könnt ihr mich so kurz vor der Wahl in ein Gespräch mit einer so engstirnigen Frau lassen?` Dieses Zitat ging durch die Welt. Englische Medien berichteten ebenso wie die internationalen. Menschen fragten sich, ob sie sich von jemandem führen lassen können, der öffentlich so nett ist und hinten rum so respektlos mit Menschen umgeht. Demoskopologen prognostizierten, dass ihm diese Situation drei Prozent Stimmverluste einbringen würde. Und genau hier sind wir schon beim Problem. Niemand fragte, was die Frau gesagt hat. Mit ihrem Text könnte sie auf einem NPD-Parteitag auftreten, und sie fiel nicht auf. Es war schlimm, was sie zur Zuwanderungspolitik gesagt hat.“

Doch die Medien berichteten über die Respektlosigkeit von Gordon Brown. Hätten die Medien den Text der Frau veröffentlicht, wäre das Entsetzen vielleicht gering und die Wahlentscheidung eine andere. Hier wird deutlich, wie mächtig Medien sind und welche Verantwortung sie bei der Meinungsbildung haben.

Ein anderes Beispiel ist derzeit omnipräsent: Edward Snowdens Enthüllung über die NSA-Aktivitäten. Auch hier wird deutlich, welchen Einfluss Medien bei der Meinungsbildung haben. Während die europäischen Medien und ihre Bevölkerung Edward Snowden neben der Asylgewährung als Helden der Freiheit und Bürgerrechte feiern, glauben US-amerikanische Bürger den Aussagen ihrer Administration, sehen ihn als Staatsfeind und fordern die Höchststrafe. Die Deutungshoheit wird von jenen beherrscht, die kommunizieren.“

Tino Grosche gibt dann einen kurzen Überblick zur Vortragsreihe und begrüßt Frau Heike Groll, Leitende Redakteurin der Chefredaktion der Volksstimme Magdeburg, indem er sie anhand ihres bisherigen erfolgreichen beruflichen Lebenslaufs vorstellt und willkommen heißt.

Heike Groll referiert zum Thema „Gute Story – gute Zeitung: Wie Redakteure ihre Leser erreichen. (Anlage 1 – Vortrag/PowerPoint-Präsentation und vertiefende Ausführungen zum Inhalt der einzelnen Folien)

Im Anschluss an den Vortrag entsteht eine rege Diskussion, die sachlich, informativ, aber auch von kritischen Aussagen und Problemen gekennzeichnet ist.

Fragen/Probleme/Inhalte

Die Kernbotschaft „Leser bei Laune halten“ kann doch nicht die alleinige Aufgabe sein. Ein Vertreter der ÖSA-Versicherung verweist auf eine Berichterstattung der Volksstimme, dass die ÖSA alle alten DDR-Versicherungsverträge streiche. Im Bericht/Artikel selbst seien die Fakten dann korrekt dargestellt worden. Die Schlagzeile habe aber die Leser verwirrt, und viele hätten dann nicht weitergelesen. Frage: „Muss die Schlagzeile nicht mit dem Bericht übereinstimmen?“

„Wonach gewichtet die ‚Volksstimme‘ ihre Entscheidungen zur Auswahl von Berichten und Themen?“ Eine Teilnehmerin ist der Meinung, dass viele Informationen, die an die „Volksstimme“ gegeben werden, oft keine Beachtung fänden.

Eine Teilnehmerin ist der Meinung, dass in diesem Jahr keine Berichte von ihrer Agentur – obwohl sie aktuell gewesen seien – in der Zeitung Beachtung gefunden hätten. Sie führt weiter aus, dass ihre Agentur sehr viel für Ministerien aufbereite und sie wolle dies auch in

Antworten von Frau Groll

Die Zeitung muss einen großen Kreis von Lesern erreichen. Es wird keine Zeitung gelesen, wenn nur lange Berichte geschrieben werden. Eine Mischung von Fakten und Geschichten zum Thema, zur Darstellung muss folgen.

Jeden Tag muss neu eingeschätzt werden, welche Themen relevant sind. Es gibt eine große Richtschnur, was in die Zeitung kommt. Das Thema muss aktuell sein, es muss für den Alltag relevant sein.

Die erste Entscheidung fällt der jeweilige Redakteur. Er sucht die Themen aus. Die zweite Entscheidung fällt dann meistens in den Diskussionen zur Auswahl der Themen.

Die letzte Entscheidung fällt dann der

den Medien platziert sehen. Sie habe jedoch Schwierigkeiten, dies bei den Journalisten anzubringen, und habe deshalb den Eindruck, dass viele Dinge nicht das Interesse finden (z.B. Gleichstellung Mann – Frau).

Tino Grosche stellt ergänzend die Frage: „Welche Anforderungen stellen Journalisten an Pressemeldungen von Organisationen und Unternehmen. Welche zusätzlichen Argumente können helfen, um Journalisten von der Relevanz des Themas zu überzeugen?“

Ein ehemaliger Deutschlehrer wirft ein, dass er sich beim Zeitunglesen aussuchen könne, was er inhaltlich lesen will oder nicht. Jedoch würden gegenwärtig sehr viele Fehler in der Zeitung gemacht. Dies seien nicht nur Kommafehler, sondern auch sehr viele Grammatik- und Rechtschreibfehler. Die Volksstimme sollte neben der Auswahl von Themen vor allem auf die Qualität der Sprache achten Frage: „ Inwieweit wirken hier Qualitätskontrolle und Qualitätsmanagement?

Ein weiterer Teilnehmer wirft die Frage auf, ob die „Volksstimme“ wahrheitsgemäß (objektiv) berichte. Beispielsweise könne man über die letzte Bundestagswahl und ihre Ergebnisse so oder so berichten. Frage: „ Hat die Zeitung (ihre Mitarbeiter) einen Standpunkt, der objektiv oder subjektiv geprägt ist?“

Chefredakteur, was in der Praxis jedoch nicht so oft vorkommt.

Das Thema sollte nicht nur drei Leser interessieren oder nur eine kleine Gruppe von Lesern betreffen. Es muss das Potential haben, etwas wirklich Neues zu sein. Es kommt auf das konkrete Thema an und muss auch mit ganz vielen Beispielen untermauert werden können.

Es gibt in der „Volksstimme“ eine Qualitätskontrolle, jedoch nicht regelmäßig und im vollen Umfang. Hier reichen die personellen Kapazitäten nicht aus, und es gibt Grenzen bei der Absicherung. Eine Korrekturabteilung, die die „Volksstimme“ einmal hatte, gibt es nicht mehr.

Die „Volksstimme“ strebt nach Objektivität. Eine 100-prozentige Objektivität gibt es aber nicht und ist auch nicht möglich. Die Zeitung wird von vielen Menschen gemacht, die auch subjektiv informieren und berichten, da jeder einen anderen Standpunkt hat. Diesen Mechanismus muss man klarmachen.

Diesen Qualitätsanspruch hätten auch alle anderen Zeitungen, Zeitschriften. In den Medien erschienen an einem Tag dieselben Themen. Es sei deshalb oft gleich, welche Zeitschrift, welches andere Medium man für Informationen nutze. Frage: „Muss man als Volksstimme da immer mitmachen, oder kann sie sich auch verweigern als regionale Zeitung?“

„Wer ist Meinungsmacher – die Politik oder die Medien?“, wird von einem Teilnehmer in die Diskussion geworfen.

Ob sich alle bewusst seien, welche Macht sie gegenüber den Lesern ihrer Zeitung haben, fragt ein Teilnehmer, z. B. bei der Berichterstattung über die Flutopfer. Damit verweist er noch einmal auf den Bericht über die Kündigung der Versicherung. Alle hätten die Kernaussage der Überschrift gelesen, jedoch dann nicht den Text, der korrekt gewesen ist.

Zum Abschluss der Diskussionsrunde stellt Tino Grosche an Frau Groll die Frage: „Was haben Sie für einen Wunsch an uns Leser?“

Wenn ein Thema landauf- und landabwärts relevant ist, muss auch die Volksstimme Informationen, Fakten aufzeigen und darüber berichten. Das Ganze ist jedoch nicht ohne Basis. Es gibt natürlich auch bestimmte Themen, die nur einige Regionen betreffen und für sie aktuell sind. Es ist auch eine Frage der Dosierung bei Themen in den einzelnen Medien.

Die Medien haben eine Verantwortung und müssen dieser gerecht werden. Die Themen sind öffentlich zu machen. Es gibt auch sehr viele kritische Leser, die ihre Meinung kundtun und der Volksstimme übergeben.

Jedes Thema muss auch eine Schlagzeile besitzen. Es ist die Tücke, dies in der Schlagzeile richtig zu verpacken und damit den Höhepunkt der Kurve zu erreichen. Jeder Redakteur ist sich hier auch seiner Verantwortung bewusst.

In regelmäßigen Abendkonferenzen der Volksstimme werden die wesentlichen Themen nachrichtentechnisch verfolgt und beraten. Jeder Text kann aber nicht im Detail auseinandergenommen werden.

Jeder muss kritisch sein beim Lesen der Zeitung, nicht alles hinnehmen, sondern auch auf Fehler hinweisen. Erst den Kopf einschalten!

Für viele Hinweise seien sie (die Redakteure) stets dankbar.

Magdeburg, 8. November 2013

gez. Tino Grosche
Veranstaltungsleiter

Karin König
Protokollantin