

Herrn
Res Strehle
Chefredaktor „Tages-Anzeiger“
Tamedia AG
Werdstrasse 21
8021 Zürich

Kreuzlingen, 28. Juni 2009

Sehr geehrter Herr Strehle

Sie ziehen sie nun also durch, die Entlassung von mehr als einem Viertel der „Tages-Anzeiger“-Redaktion, rund 80 fester und freier Mitarbeiter. Sie tun das im Verein mit dem Verlag und mit Ihrem Kollegen Eisenhuth in der Chefredaktion.

Ich habe mich gefragt, was das für Sie bedeutet. Nach Lektüre des Medienmagazins „EDITO“ ist es keine Frage mehr. Sie wollen das so. „Hier stehe ich; ich kann nicht anders“. Aber nicht, wie Martin Luther, als Reformator gegen die geldgierige Obrigkeit, sondern als Reorganisator auf deren Seite. Sie werden damit zurecht kommen müssen.

Ich sehe es so: Sie haben sich entschieden, nun auch den absoluten Vorrang der Shareholder Value zu vertreten. Obwohl bei einer halbwegs fairen, hälftigen Lastenteilung zwischen „Kapital und Arbeit“ – Sie erinnern sich? – der Stellenabbau über Jahre gestreckt werden könnte, im Rahmen der „natürlichen“ Fluktuation (was immer „natürlich“ bei dieser Wirtschaftsweise bedeuten mag).

Sie werden auf die anderen verweisen, nehme ich an. Auf NZZ mit St. Galler Tagblatt, Aargauer Zeitung, Basler Zeitung. Wohl wahr. Aber ist es dasselbe? – Hat nicht der „Tagi“ immer wieder die soziale Verantwortung von Unternehmen angemahnt? Steht nicht im Leitbild der „Tamedia“ etwas von der „menschlichen und beruflichen Entfaltung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“? – Was unterscheidet die Tamedia mit ihrem menschenverachtenden Verfahren – monatelange Hängepartie mit Existenzängsten für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – noch von einem ausschliesslich gewinngetriebenen Bankhaus?

Ich lese, zum Beispiel, den „Tagi online“. Ich erinnere mich an peinliche Fehlleistungen (inkompetente Lesart von Umfragen zu US-Wahlen), schludrige Texte, an Panikmache beim Ausbruch der Finanz- und Wirtschaftskrise (meine subjektive Einforderung publizistischer Verantwortung in einer Krisenzeit), vor allem aber: ich sehe die Rubrik „Meistgelesen – Leser empfehlen“. – Das ist die krudeste Form dessen, was als „user generated content“ im Web interaktive und vielleicht sogar demokratischere Formen des öffentlichen Diskurses ermöglichen würde. Es ist Publizistik als Reduktion auf das immer gerade populärste Thema, das die meisten „Hits“ erzeugt und so selber zum Hit wird.

Ich bin damit beim Kern der Sache, denn diese anbietende Verbeugung vor der unmittelbaren Leserreaktion signalisiert mir die Entwicklungsrichtung. Das will ich nicht, dafür bezahle ich nicht. Ich wünsche mir eine Publizistik, die nicht in erster Linie die unstillbare Lust auf Fast- oder Junk-Food bedient. Ich wünsche mir ein professionelles publizistisches Handwerk, das – so veraltet es klingt - gesellschaftspolitische Relevanz als oberste Leitlinie der Themenauswahl anerkennt (ja, auch Unterhaltung ist ein legitimes Bedürfnis, und ich liebe den Sport), sachliche Richtigkeit und inhaltliche Klarheit als Massstäbe der Bearbeitung, und Orientierung in einer komplexen Umwelt als Dienstleistung für eine geschätzte publizistische Kundschaft. Und das Ganze in einer Sprache, die professionellen Ansprüchen genügt.

Die Verachtung handwerklicher Massstäbe geht einher mit der Verachtung des Publikums, der Leserinnen und Leser. Und mit der Verachtung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die über Jahre und Jahrzehnte die Produzenten und Garanten der publizistischen Qualität des „Tagi“ waren. Ich sehe, und ich will nicht übersehen, dass jetzt ein Viertel dieser Mitarbeiter – unter ihnen beste Köpfe – mit zynischer Kälte in die Arbeitslosigkeit geschickt werden.

Weil ich das sehe – und die Logik der Kürzungen in Vergangenheit und Zukunft, und die eine oder andere wichtige personelle Neubesetzung -, fehlt mir der Glaube an Ihre Beteuerungen. Sie wollen einen „Guardian“ machen, sagen Sie in „EDITO“. Mit wem denn? Und wie wollen Sie Qualität sichern, auch die Qualität der Auswahl für die „vier bis fünf herausragenden(n) Geschichten als Eigenleistung“, die Recherche, Gewichtung, vielleicht sogar mal eine Arbeit für den Papierkorb?

Die Idee der verstärkten Eigenleistung ist im neuen Mediengefüge wahrscheinlich sogar richtig. Aber sie verlangt Kapazität und Kompetenz. Die Entwicklung des gesamten publizistischen Angebots des Hauses Tamedia, vor allem aber der Umgang mit den Mitarbeiter-Menschen, untergräbt das Vertrauen in Ihre Ankündigung. Ich denke, Sie werden scheitern.

Die Ausdünnung und Ausblutung ist offenkundig. Wir haben in unserem Haushalt ein Leserleben lang den „Tages-Anzeiger“ als tägliche Lektüre gepflegt. Wir werden unser Abonnement nicht weiterführen. Auch, und nicht zuletzt, als bescheidenes Zeichen der Solidarität mit den entlassenen Kolleginnen und Kollegen.

Ich wünsche Ihnen alles Gute,

Mit freundlichen Grüßen

Robert Ruoff

Annerose Ruoff

cc:

Herrn Hans Heinrich Coninx
MitarbeiterInnen der Redaktion Tages-Anzeiger