

WIR MÖCHTEN UNSERE ARBEIT MACHEN

Die bisherigen Erfahrungen mit der Konvergenz machen uns Sorgen. Sie wirken sich auf die Stimmung aus, die Arbeit und damit auf die Qualität des "Tages-Anzeigers".

Profilierte Kolleginnen und Kollegen kündigen oder suchen sich eine andere Stelle, die Atmosphäre auf der Redaktion ist häufig bedrückt oder gereizt, manche klagen über eine Arbeitsbelastung weit über das korrekte Mass hinaus, es gibt zu viele Sitzungen und zu wenig Diskussionen, Tempo geht vor Sorgfalt, Klicks werden wichtiger, die Blattkritik kommt zu kurz, die inhaltliche Debatte sowieso: Diese Kritik wird von der gesamten TA-Redaktion seit Wochen formuliert. Und sie bestätigte sich bei der letzten grossen Konferenz der Gruppe 200. Die Konvergenz sollte Abläufe vereinfachen. Die Strukturen sollten klarer, schlanker werden, Synergien genutzt. Das Gegenteil ist eingetroffen, es ist vieles komplizierter geworden, die Abläufe sind weniger transparent, die Arbeitsbelastung steigt ständig.

Wir vermissen bei der Chefredaktion eine Strategie der klaren Entscheide, wie mit stetig sinkender Redaktorenzahl die steigenden Ansprüche erfüllt werden können. Und zwar sowohl für die Onlineausgabe als auch für den Print. Statt alles immer weniger gut zu machen, müssen wir uns auf das beschränken, was wir am besten können. Und zwar so, dass beide Seiten der Konvergenz voneinander lernen und einander ergänzen. Nicht alle können alles gleich gut, aber jede und jeder kann bestimmte Dinge besonders gut.

Wir vermissen von der Verlagsleitung die Wertschätzung für die Arbeit, die wir leisten. Der Verlag kauft immer neue Zeitungen, investiert aber wenig in seine traditionsreichste Marke; stattdessen wird laufend gekürzt, werden Stellen nicht wieder besetzt, und dies auch an wichtigen Schnittstellen. Die Marge für die Aktionäre ist viel zu hoch für unsere Branche. Zugleich bleibt bei uns der Teuerungsausgleich unkorrigiert, dafür wird erwartet, dass wir viele Kosten und Spesen selber übernehmen. Die Arbeitszeit nimmt bei vielen immer mehr zu, weil sie an ihren Beruf glauben und sich selber ausbeuten. Das kann nicht die Lösung sein, um die Qualität der Zeitung aufrechtzuerhalten.

Niemand auf der Redaktion bestreitet, dass die Konvergenz nicht nur nötig ist, sondern eine gute Sache. Die Kolleginnen und Kollegen arbeiten gerne zusammen oder möchten es, aber der Stress, die vielen Absprachen, der mitunter barsche Befehlston führen dazu, dass die inhaltliche Diskussion darunter leidet - immer noch das wichtigste Kriterium für eine gute Zeitung. Die Konvergenz hat die Kolleginnen und Kollegen zusammengebracht, aber sie hat kein Gefühl des Aufbruchs vermittelt. So wird es uns nicht gelingen, gegen die erstarkende digitale Konkurrenz zu bestehen. So werden wir den TA-Leserinnen und -Lesern nicht überzeugend darlegen können, dass unsere journalistische Leistung online und im Print ihren Preis wert ist.

WAS SCHIEFLÄUFT UND WAS WIR VORSCHLAGEN

1. ZWEI KANÄLE UND KEINE STRATEGIE

Die Konvergenz läuft, aber zumindest im Tagesgeschäft wird nicht klar, welche Ziele der Verlag und die Redaktionsleitung auf den zwei Kanälen des TA verfolgen. Die meisten Themen werden auf beiden Kanälen mit den gleichen Texten aufbereitet, meist auch in der gleichen, vom Tempo bestimmten Hektik. Auch aufwendige Recherchen und Hintergründe werden oft online aufgeschaltet, bevor sie im Print erschienen sind.

Der Redaktion ist überhaupt nicht klar, welche Inhalte den beiden Kanälen gemeinsam sein sollen und welche nicht. Die publizistische Linie ist diffus, sie schlängelt sich durch den Tag. Es zeigen sich (nicht erst seit der Konvergenz) auch immer wieder unterschiedliche Haltungen darüber, wo sich der TA zwischen Relevanz und Boulevard positionieren soll.

Konvergenz bedeutet für uns nicht, dass sich die beiden Kanäle nicht mehr unterscheiden. Sie bedeutet eine kluge Verteilung der Berichterstattung auf den schnellen Gratiskanal und den einordnenden Bezahlkanal. Die Umsetzung der Paywall ist unklar; die Redaktionsleitung, die zur Klärung beitragen könnte, ist im Tagesgeschäft wenig präsent. Und wenn sie sich zeigt, wird deutlich, dass auch in der Führung keine Konvergenz gelebt wird.

BEISPIELE

- «Die Schweizer»: Nach Bekanntgabe des Schwerpunkts durch das SRF publizierte der TA auf beiden Kanälen, angetrieben durch das enorme Interesse für das Thema, unkoordiniert allerhand Texte und Meinungen. Es war dann ein auswärtiger Autor - Jo Lang -, der nach mehreren Tagen die klügste Einordnung schrieb.
- F/A-18-Absturz in Alpnach: schnelles Aufschalten von Bildern der Verunglückten; zudem bevor die Redaktion im Besitz der Bildrechte war.
- Online-First-Publikation von exklusiven und teuren Debattentexten, z.B. von Peter Schneider über die Abwanderung von Deutschen.
- Immer wieder absurde Blattkritiken, wenn z.B. nach einem späten Federer-Match darauf hingewiesen wird, Online sei aktueller als der Print. Oder wenn Bilder im Print als «zu magazinig» bezeichnet werden, obwohl genau das doch die Strategie der Redaktionsleitung war, den Print aufzuwerten.

VORSCHLÄGE

- Entwicklung und Durchsetzung einer gemeinsamen und doch doppelten Strategie für den TA unter der Maxime der Qualität: schnelle, kompetente News und Sidelines online; Vertiefung, Analyse, Hintergrund im Print.
- Reduktion des Textaustausches, also klare, sich ergänzende Profile der beiden Kanäle.
- Weniger, dafür sinnvolle Textverweise in beide Richtungen.
- Die aufwendigsten, exklusivsten Texte und Bilder sollen dem Bezahlkanal vorbehalten sein.
- Der TA publiziert weder im Print noch online Bilder, für die er die Rechte nicht besitzt.
- Schnelle Klärung der Paywall.

2. INSTANT- UND ALLROUNDJOURNALISMUS

Die fehlende Strategie führt dazu, dass alle Redaktoren alles machen sollen – schreiben, dienen, floaten. Und, weil sie schon dabei sind, auch noch twittern, filmen, fotografieren und skribbeln. Dies führt sowohl in der Online- als auch in der Printredaktion immer wieder zu mangelhaften Resultaten.

Darüber hinaus schwächt es die Dossierkompetenz; was sich der TA nicht leisten kann, will er als Bezahlmedium überleben. Gerade schnelles Schreiben geht nicht ohne Sicherheit im Fachgebiet, wenn die Qualität gewahrt bleiben soll. Es ist eine kritische Grenze erreicht: Die Dossierkompetenz ist durch den Stellenabbau der letzten Jahre schon stark unter Druck gekommen. Momentan führen vor allem die neuen, zusätzlichen Floaterdienste zu einer Umleitung redaktioneller Arbeitskraft weg von den Fachgebieten hin zu einem Instant- und Allroundjournalismus. Gleichzeitig sind einige unserer besten Autoren so stark in Dienste oder in die Tagesleitung eingebunden, dass sie kaum zum Schreiben kommen.

BEISPIELE

- Die Bildredaktion muss so viele Bildstrecken betexten, dass ihr in der jetzigen Grösse die Zeit für die eigentliche Arbeit fehlt, nämlich die besten Bilder zu finden und die Rechte dafür abzuklären. Die Qualität leidet doppelt, in den Legenden der Bildstrecken wie in der Bildauswahl im Print.
- Mehrere wichtige Dossiers sind zum Teil seit Jahren nicht besetzt oder werden es bald nicht mehr sein: Kunst, Medien, Industrie und Energie sowie mehrere Korrespondentenposten.
- Die Dossierkompetenz der Onlineredaktion wird unterschätzt. Muss über ein komplexes Thema (Flugverkehr, Raumplanung, Stadtverkehr) berichtet werden, sucht man zunächst im Print nach JournalistInnen für den Job.

VORSCHLÄGE

- Bestellung eines genügend grossen, starken Desks aus qualifizierten Newsjournalisten für das tägliche schnelle Onlinegeschäft.
- Daneben Stärkung des Dossierprinzips in der konvergenten Redaktion.
- Feste, den Ressorts zugeordnete Dienstredaktoren bzw. Produzenten für beide Kanäle, die z.B. auch die Bildstrecken ihrer Ressorts betreuen. Entlastung der Autoren und Autorinnen von Diensten und Sitzungen.

3. VIEL SPEKTAKEL UND WENIG KONZENTRATION

Im Zuge der strategischen Desorientierung und des Alle-machen-alles-Journalismus setzen Redaktions- und Tagesleitung auf Aktionismus. Die Bekenntnisse der Chefredaktion zu Einordnung, Hintergrund und Entschleunigung (an denen es nicht mangelt) werden im Tagesgeschäft ignoriert. Wir beschleunigen unentwegt.

Das Tagesgeschäft ist nervös, klickgetrieben und damit auch anfällig für nicht hinterfragtes Mitwirken in boulevardesken Übertreibungen und Kampagnen. Die Festsetzung und umtriebige Bewirtschaftung von «Leuchttürmen» und «Top 3»-Themen verdrängt die Diskussion um Themen und Inhalte. Anderes als diese vermeintlichen Quotenbringer interessiert im Tagesgeschäft oft nur noch am Rande. Und doch ist die Redaktion angehalten, in allen Ressorts täglich eine bestimmte Menge von 1c-Geschichten und weiteren Newstexten zu generieren, um den Traffic hoch und die Show heiss zu halten. Der Aufwand dafür ist riesig und das Resultat zu oft nur halbwegs gelungen.

Wir wissen alle: Klickzahlen sind gut für das Ego, aber kein Seismograf für journalistische Relevanz, schon gar nicht für das zahlende Publikum. Sind das wirklich die Inhalte, für die wir unsere Fachredaktoren und -innen beschäftigen? Und fragt sich noch jemand, wofür die Leute bereit wären, Geld auszugeben?

BEISPIELE

- Die Kulturredaktion muss, obwohl ein News-schwaches Ressort, täglich drei 1c-Geschichten online stellen, ohne Rücksicht auf Personalbestand und Newslage.

- Die Blatt- bzw. Kanalkritik wird von niemandem mehr ernst genommen, weder von den Machern noch von den Empfängern.
- Die Bildredaktion muss auch zu bildschwachen Themen Bildstrecken herstellen.
- Züri-Fäscht: 8 Leute waren während 20 Stunden im Einsatz.
- «Shaqiri muss weg bei Bayern»: Der Text war im Sommer top auf der Liste der meist-angeklickten Beiträge. Was wie eine sensationelle News verkauft wurde, war in Wahrheit die Meinung eines Bloggers.
- Der Newsroom ist ein Unruheraum, konzentriertes Arbeiten ist kaum möglich.

VORSCHLÄGE

- Mehr Konzentration und Nüchternheit auf beiden Kanälen. Berichten, wenn es etwas zu berichten gibt. Keine künstliche Erzeugung von Traffic durch Texte mit «Sex», «Porno», «Blocher» oder neuerdings «Mozart» im Titel.
- Verzicht auf Bonusmaterial, das keinen Mehrwert bringt.
- Leuchtturm-Projekte sollen auch infrage gestellt werden dürfen. Sie müssen klarer definiert und im Anschluss transparent und umfassend bilanziert werden.
- Ausrüstung der kleinen Räume und Lounges neben dem Newsroom mit Telefonen und Laptops als Rückzugsmöglichkeit zum Recherchieren und Schreiben. Sitzungen sollen in den Nebenräumen stattfinden.

4. ARBEITSBELASTUNG

Die Belastung für die Redaktion hat enorme Ausmasse angenommen, und das liegt nicht nur an Zusatzaufgaben durch den Start der Konvergenz: So dauern zum Beispiel die Print-Redaktionsdienste mindestens von 08.30 bis 19.00 Uhr täglich, die Überzeit ist also strukturell bedingt. Tatsächlich aber lädt die Konvergenz der Redaktion – durch Kurse, neue Dienste, die Bereitstellung von Bonusmaterial online und viel mehr Absprachen und Sitzungen – neue Aufgaben und damit zusätzliche Arbeitszeit auf.

Die redaktionellen Abläufe haben sich durch die zusätzlichen Ansprüche nach hinten verschoben, die Überlastung der Bildredaktion z.B. wirkt sich direkt auf das Layout und die Produktion aus. Die Mehrarbeit zu kompensieren, ist nicht so einfach, die Tagesabläufe sind eng. Und auch die Autoren, die ein Dossier führen, können nicht mal eben «weniger schreiben», nur weil sie gerade im Floaterdienst eine Bildstrecke betexten mussten: Oft gibt das Dossier den Takt vor.

Im Online erhöht die Tagesleitung den Druck, indem sie im Print Webhinweise auf Texte platziert, die nicht abgesprochen, geschweige denn schon geschrieben sind. Unter diesem Tempodiktat leidet die Qualität der schliesslich publizierten Texte. Zudem kommt es immer wieder zu Aufträgen, am Samstag und Sonntag zusätzliche 1c-Stories zu liefern, ohne Absprache, ohne Vertragsanpassung, ohne reelle Kompensationsmöglichkeit und finanzielle Abgeltung.

BEISPIELE

- 12-Stunden-Tage und 60-Stunden-Wochen kommen regelmässig vor. Das steht im Widerspruch zum Redaktionsstatut, das die 40-Stunden-Woche vorsieht.
- Unfallkarte: In der Zeitung wurde morgens auf eine bestimmte Uhrzeit ein Onlinebeitrag angekündigt. Er war weder vorbereitet noch abgesprochen.
- Kunstfund in München: In der Zeitung war morgens ein Live-Ticker von der Medienkonferenz angekündigt, ohne dass er vorbereitet wurde.

VORSCHLÄGE

- Die Versicherung der Redaktionsleitung, das Problem sei erkannt, genügt nicht. Die Redaktion wünscht sich klare Aussagen, welche Aufgaben sie prioritär zu erledigen hat.
- Über einen Abbau des Angebots muss und kann man reden, sofern dieser im Einklang

steht mit der Strategie der TA und des Verlags für den TA (siehe 01.) und mit einer Konzentration der Inhalte (siehe 03.).

- Entschlackung der Sitzungs- und Dienstregimes, beispielsweise mithilfe von Desknet.
- Entwicklung einer transparenten Strategie für Onlineberichterstattung am Wochenende, unter Berücksichtigung des Personalbestands.
- Klärung der Aufgaben von Autorinnen, Dienstredaktoren und Produzentinnen, mit dem Ziel, die Belastung abzubauen.
- Die Abläufe werden in einem regelmässig durch Newsletters erweiterten Handbuch festgeschrieben. Eventuell Anbindung des Newsletters an die Hauspost.

5. BEFEHLSKULTUR UND ARBEITSKLIMA

Die Stimmung auf der Redaktion hat sich verschlechtert. Die Kündigungen sprechen für sich, viele Kollegen schauen sich nach einer anderen Arbeit um. Das ist alarmierend. Die fehlende Strategie, die zu konfusem Tagesabläufen führt, die Überlastung und das Gefühl, dass die Qualität der Arbeit nicht mehr zählt, führen zu einer grossen Unzufriedenheit in der konvergenten Redaktion.

Das hat den Graben zwischen ehemaligen Onlinern und Printern eher wieder vertieft. Eine gemeinsame, integrierte Redaktion ist in weiter Ferne. Bei Onlinern gibt es das Gefühl, als Journalisten und Autorinnen von den Printern nicht ernst genommen zu sein. Printerinnen haben umgekehrt den Eindruck, von den Onlinern als Auslaufmodelle wahrgenommen zu werden, weshalb sie in zahlreichen Kursen zu Onlinern aufdatiert werden müssten.

Es herrscht nach wie vor der Eindruck zweier letztlich nur schwer vereinbaren Kulturen. Während von Online-Seite der fehlende Teamspirit der Printer moniert wird, stören sich Printerinnen an der Hierarchie und am Befehlston, die online den Umgangston bestimmen, und am fehlenden Vertrauen ins Fachwissen und in die redaktionelle Kompetenz der Kollegen. Eine Redaktion ist keine Kaserne.

Statt die Erfahrung beider Seiten zu nutzen, um ein möglichst gutes Produkt zu machen, erschweren Ressentiments den Alltag. Berechtigt mag das nur zum Teil sein, aber schon Wachtmeister Studer löste seine Fälle durch die Maxime: «Mit Tatsachen, auch wenn sie Gefühle betreffen, muss man sich abfinden.» Und: Die schlechte Stimmung und der zunehmend gereizte Umgangston, unter denen bis hinauf in die Tagesleitung alle leiden, sind nicht das Resultat von Renitenz. Wir sind alle für die Konvergenz und bereit zur Zusammenarbeit. Sie sind das Resultat der in Punkt 01 bis 04 beschriebenen Zustände.

BEISPIELE

- Auf den Hinweis einer Redaktorin, für die Bearbeitung eines Themas seien zu wenig Leute anwesend, kam die Bemerkung: «Da fehlt es wohl an Ambition.»
- Onliner verdienen weniger als Printer.
- Onliner müssen immer wieder Printer interviewen.

VORSCHLÄGE

- Alle Mitglieder der Redaktions- und Tagesleitung lassen sich auf die bewährte Diskussionskultur der TA-Redaktion ein.
- Keine weiteren Fusions- bzw. Konvergenzprojekte (Sonntagszeitung), solange die genannten Probleme nicht zufriedenstellend gelöst sind.