

ZEITUNGEN

Wer braucht die „taz“?

Die linke „tageszeitung“ steckt mal wieder in der Krise – doch diesmal glaubt niemand mehr daran, dass eine bloße Abo-Kampagne das Blatt retten kann. Zwei Jahre nach dem Machtwechsel ringt das einstige Oppositionsblatt um Leser und eine neue Identität.

Eigentlich kann die Belegschaft der „tageszeitung“ nichts mehr schocken: Täglich füllen die Redakteure für rund 2500 Mark netto im Monat ihre Zeitung, ersinnen mal mehr oder weniger lustige Schlagzeilen und bringen sich selbst aufs Foto, um für politisch korrekte Abo-Geschenke wie etwa das „Scotty Solar-Ladegerät“ zu werben. Das alles für ein Blatt, das mit einer Gesamtauflage von knapp 60 000 Exemplaren seit Jahren um seine Existenz kämpft.

Am vorvergangenen Mittwoch jedoch brach Panik aus, und das lag an einer brandneuen Hiobsbotschaft: Vor etwa 100 Mitarbeitern im Konferenzraum des Rudi-Dutschke-Hauses verkündete Geschäftsführer Karl-Heinz („Kalle“) Ruch, der Wert der Verlagsimmobilie sei von 11,5 Millionen auf 9,8 Millionen Mark gefallen. Immerhin dient der mit 6,4 Millionen Mark Hypothekenkrediten belastete Altbau in Berlins Mitte als eiserne Reserve.

Richtig schaurig wurde es, als der Vorstand eine Liste „akuter Maßnahmen“ zur Erhaltung der Liquidität vorstellte. Das August-Gehalt werde am Monatsende nur zu 64 Prozent ausgezahlt, auf dem Niveau von Arbeitslosenunterstützung, den Rest gebe es einige Wochen später. Wenn das nicht hilft, könnten auch Zuschüsse für Essen und U-Bahn-Fahrten gestrichen werden.

Sollten bis zum Herbst nicht 3000 und bis zum Jahresende 8000 Abos zusätzlich zum jetzigen Tiefstand von rund 42 000 verkauft werden, drohen sogar betriebsbedingte Kündigungen, die ohnehin schmale Mannschaft von rund 70 Redakteuren würde noch mal dezimiert.

Bisher mündeten solche Offenbarungen bei der „taz“ stets in Turbulenzen und Palastrevolten, diesmal aber blieb es eigenartig ruhig. Die jüngeren Redakteure staunten noch, dass sie erstmals einer der mythischen „taz“-

Krisen beiwohnten, die länger Gedienten beschlich der Gedanke, diese Krise könnte die letzte sein.

„Das Schlimmste ist, dass die meisten mittlerweile selbst zum Widerstand zu lahm sind“, sagt ein Redakteur, der wie die meisten Kollegen im Anschluss an die dreistündige Session zum Italiener ins Erdgeschoss wechselte, um den Kummer in Bier und Wein zu ertränken.

21 Jahre nach seinem Start ist das links-alternative Traditionsblatt, fast eine Institution, in ernststen Kalamitäten. Es fehlt eigentlich an allem: Geld, Anzeigenkunden, Lesern, Journalisten, profilierten Kommentatoren und zunehmend auch an dem, was die „taz“ beliebt gemacht hat: Originalität und Meinungskraft.

Jahrzehntelang war die „taz“ das Oppositionsblatt, ihre muntere Schreibe gegen die Kohl-Regierung der größte Kaufanreiz für die Leser. Nun, zwei Jahre nach dem politischen Wechsel, scheint ihr mit dem

Feindbild gleichsam die Lebensgrundlage abhanden gekommen. Braucht überhaupt noch jemand die „taz“? Solche Fragen stellen sich längst auch jene, die dem Objekt immer wohlgesinnt waren.

So lässt selbst Außenminister Joschka Fischer sein einstiges Leib- und Magenblatt inzwischen gern links liegen: „Die Zeitungen schreiben viel, auch viel Blödsinn. Jeden Tag, wenn ich die ‚taz‘ lese, sehe ich mich darin bestätigt, mal mehr, mal weniger“, kanzelte er unlängst zwei „taz“-Interviewer ab.

Dabei wirbt die Zeitung seit Wochen in einem Kino-Spot mit einem Double des Grünen-Politikers, der sich in dem Filmchen beklagt, dass alles, was er sagt, am nächsten Tag in der Zeitung stehe.

Schön wär's. In Wirklichkeit liest selbst Gesundheitsministerin Andrea Fischer – einst Korrektorin bei der „taz“ – das Blatt nur noch sporadisch, nachdem sie einige Berichte arg faktenarm fand.

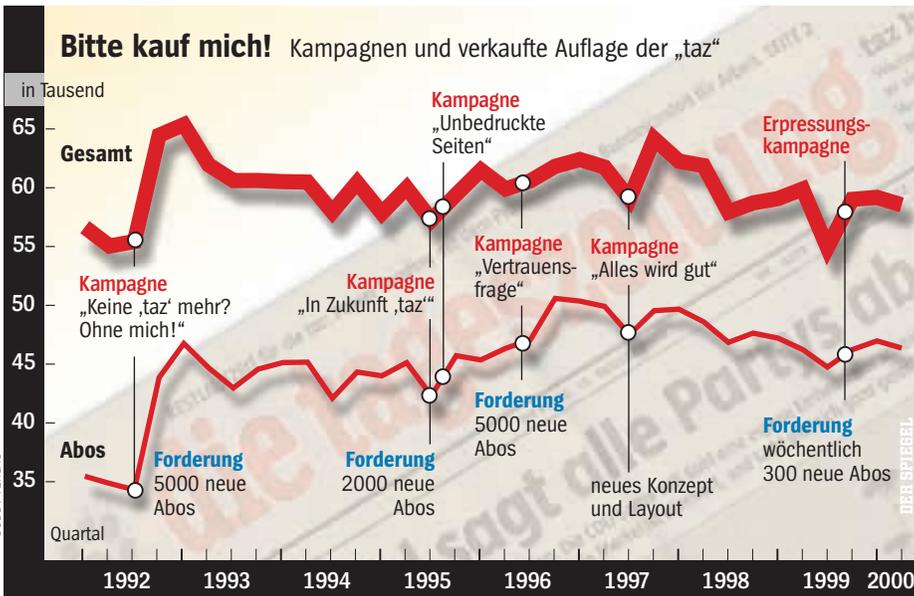
Chefredakteurin Mika: Mit Zorro-Z auf T-Shirts und Buttons um neue Leser kämpfen



N. MICHAELKE



Nullnummer der „taz“ (1978)
„Anarchie in Germoney“



Lange Zeit waren die Grünen und die „taz“ – zur gleichen Zeit gegründet – Leitobjekte einer neuen politischen Bewegung gewesen. Ende der siebziger Jahre tauchten sie als Gegenmodell zur gutbürgerlichen Welt auf. Mit Berichten zu Anti-Atom-Aktionen, Friedensbewegung, RAF und Emanzipation schuf sich das neue Blatt rasch Profil – politisch engagiert bis zur Halsstarrigkeit, meist chaotisch, aber auch bisweilen voll funkelnder Kreativität. Die „taz“-Gemeinde träumte von „Anarchie in Germoney“, wie sie in einer Anzeige zum Start am 17. April 1979 kundtat.

Da streikten die Frauen, weil ein gewisser „Gernot Gailer“ in einem Text Sexphantasien ausleben durfte, da fuhrwerkten „sässer“ in Texten herum, da wurden Waffen für El Salvador gesammelt, und eine Wohngemeinschaft kündigte das Abo per Leserbrief, weil eine Tageszeitung „die Tage so künstlich strukturiert“.

Doch spätestens seit der Wende ging dem „taz“-Team der Elan verloren, neun Chefredakteure wurden verschlissen. Heute lesen gerade mal 180 000 das Berliner Blatt, 1995 waren es mehr als doppelt so viele. „Obwohl Rot-Grün regiert, spielt die Zeitung keine Rolle, sie ist in einem Loch hängen geblieben“, konstatiert Max Thomas Mehr, einer der Mitgründer der „taz“. Heute stehe die Zeitung für eine „Tradition, von der niemand so genau weiß, was sie eigentlich bedeutet“.

Den Fortfall des alternativen Milieus sowie sozialistischer Ideale hat das Blatt kaum verarbeitet, die Konkurrenz dagegen lernte dazu. Auch dank der „taz“, die von reichen Verlagen nach journalistischen Talenten durchkämmt wird.

So führt ausgerechnet die „Frankfurter Allgemeine“, jahrzehntelang der publizistische Antipode, auf ihren Hauptstadtseiten bizarre Reportagen und Spaßjournalismus vor, und einige Ex-„taz“ler machen mit. Schon ernannte der „Tages-



„taz“-Konferenz (1988): Chaotisch, aber kreativ

spiegel“ die „FAZ“ wegen ihres subversiven Kampfs gegen die Rechtschreibreform oder des Druckens seitenlanger Gen-Codes zur „taz unserer Tage“.

„Als Journalistin freue ich mich über jedes Blatt, das besser wird“, kommentiert „taz“-Frau Bascha Mika, „als Chefredakteurin wäre es mir lieber, wenn so manche Zeitung langweilig und stockkonservativ geblieben wäre.“ Seit März versucht sie, mit einer ambitionösen Blattreform gegenzuhalten. Ein neues Layout sowie drei Schwerpunktseiten wurden eingeführt.

Obwohl der Auftritt bisher kaum Leser brachte, hält Mika ihr Konzept für „stimmig“: „So eine Reform zahlt sich nicht in den ersten Monaten aus, sondern ist eine Investition in die Zukunft.“ In Zukunft aber muss sie mit noch weniger Geld eine bessere Zeitung als bisher machen.

Selbst im Kampf gegen rechts, einst Domäne des „taz“-Journalismus, ist das Blatt nicht mehr prominent vertreten. So widmete Springers „Berliner Morgenpost“ kürzlich eine ganze Ausgabe dem grassierenden Neonazismus, die „Bild“ streute Fotos von hier lebenden Ausländern über die Seiten. „So etwas hätte uns einfallen müssen“, klagt ein „taz“-Redakteur.

Das sei „leider kein inspirierter, intellektueller Haufen“, sagt Mitgründer Mehr – und der kurz nach der Reform zur Blattkritik geladene Kurt Kister („Süddeutsche Zeitung“) fragt sich, ob das Potenzial für die neue Form reicht: „Die haben ja die Schreiber gar nicht mehr.“

Dem schleichenden Bedeutungsverlust steuert das Management seit Jahren mit einer Art modernem Ablasshandel entgegen. Mit Marketing- und Bettelkampagnen wird um Abonnenten

geworben. Doch die so erzielbaren Zuwächse werden immer geringer (siehe Grafik) und bauen sich dann stetig ab – seit Mitte 1997 zeigt der Trend nach unten.

Auch weil die ständigen Aktionen alle ermüden. Erst im Herbst 1999 wurde eine „Erpressungskampagne“ gestartet – weil der Zuspruch fehlte, erschien sogar eine „Titten-taz“ mit etlichen Pin-up-Fotos. Vor wenigen Wochen dann forderte das Blatt in Anlehnung an den Atomausstieg eine „taz“-Restlaufzeit von 30 Jahren. „Da haben sich die Grünen mit Mühe von dem Thema verabschiedet, und wir machen das Fass wieder auf“, stöhnt ein Redakteur. Tatsächlich brachte die Aktion bis Mitte vergangener Woche nur 80 Abos.

Trickreich hat der algerdiente „taz“-Verlagschef Ruch den Mangel bisher verwaltet. So lässt der diplomierte Volkswirt jedes Jahr Hunderte neuer Mitglieder für die „taz“-Genossenschaft anwerben: linke Anwälte, Lehrer und Zahnärzte, die politisches Heimatgefühl und Verlustzuweisungen für die Steuererklärung gut brauchen können. Allein in den ersten sieben Monaten dieses Jahres brachten knapp 300 neue Genossen der „taz“ 630 000 Mark. Doch dringend nötige Investitionen in Marketing und

journalistische Qualität sind so nicht zu schaffen. Deshalb sprach der Verlag immer wieder mit möglichen Neugesellschaftern, etwa dem Hamburger Jahreszeiten-Verlag, dem Münchner Ex-„Wochenpost“-Verleger Dietrich von Boetticher und auch mit dem SPIEGEL. Jahrelang geisterte zudem das Gerücht durch die Redaktion, der Hamburger Erbe und Institutschef Jan Philipp Reemtsma steige groß ein; wohl eher ein Wunschtraum.

Dabei wäre das ersehnte „liberale Kapital“ („taz“-Schnack) nötiger denn je. Bis Juli war ein Minus von knapp 980 000 Mark aufgelaufen – fast viermal so viel wie im ganzen Jahr 1999. Da der Verlag allein im Abo-Geschäft in den nächsten Monaten mit unplanmäßigen Erlösausfällen von über einer Million Mark rechnet, droht fürs gesamte Jahr 2000 ein Gesamtverlust von 1,2 Millionen. Zudem müssen die Gesellschafter noch 1,7 Millionen Mark für ihr wertvermindertes Gebäude abschreiben.

In der vorläufigen 1999er Bilanz der „taz“-Gruppe stehen Verbindlichkeiten von 19,6 Millionen Mark. Insgesamt fällt ein bilanzieller Verlust von 13,6 Millionen an, dem ein Eigenkapital von gerade mal knapp 7,8 Millionen Mark gegenübersteht. Die Firma stehe „kurz vor der Überschuldung“, räumt Co-Geschäftsführer Andreas Bull ein: „Die Zeit zum Luftholen wird knapp.“

Trotzdem müht er sich, das aktuelle Desaster zum üblichen Sanierungsfall runterzureden. Krise? Ja. Niedergang? Nein. Man brauche nur ein, zwei Abo-Kampagnen, schon gehe es wieder aufwärts. Ein paar journalistische Innovationen hat sich der Verlag auch ausgedacht. So soll sich künftig eine achtseitige Wochenbeilage in zwei Sprachen an die türkische Bevölkerung richten. Als weiteren Ausweg schwebt Manager Bull sogar die Flucht in virtuelle Welten vor: Fortwährend sollen die „taz“-Leute ihre Artikel online stellen und so eine Zeitung schaffen, die sich ständig komplett im Internet erneuert.

Ohne zusätzliches Personal dürfte das Projekt kaum zu schaffen sein. Die Chefredaktion ist daher skeptisch. Als ultimativer Comeback-Versuch gilt ihr erst mal die Operation Zivilcourage. Mit einem „Z“ auf T-Shirts und Buttons – im Stil von Zorro – sollen die „taz“-Leser Menschlichkeit im Alltag signalisieren.

In der Redaktion hält man es freilich mit einem anderen Comic. Den Fahrstuhl zielt seit einigen Tagen ein Spruch des Chefredakteurs der Postille „Daily Planet“: „Ich liebe den Geruch von Angstschweiß in der Redaktion.“

Auch „taz“-Chefin Mika weiß, dass womöglich die letzte Stunde geschlagen hat. Zwar wolle sie für die publizistische Zukunft der „taz“ kämpfen, „aber wenn der Vorstand Anfang 2001 betriebsbedingte Entlassungen beschließen sollte, liegt meine Kündigung als erste auf dem Tisch“. OLIVER GEHRS, HANS-JÜRGEN JAKOBS



Szene aus der ARD-Soap „Marienhof“: Tragödien sind Zuschauergift

TV-UNTERHALTUNG

Optimierte Klippschule

Ein rüder ARD-Ukas zur Quotensteigerung von Fernsehfilmen sorgt für Aufregung. Droht das Ende der seriösen Fernsehkultur im Ersten?

Bei uns, verspricht die Werbung der ARD den Zuschauern, sitzen Sie in der ersten Reihe. Die Redakteure der zehn Anstalten, soweit sie mit Fernsehspielen befasst sind, drücken derzeit die Armesünderbank.

„Projektanmeldung Fernsehfilm“ heißt das Formblatt, über dem die fest angestellten Betreuer von Bildschirmkomödien, Schicksalsmovies oder historischen Dramen derzeit zu brüten haben – ein Dokument, das den sagrotanhaltigen Duft des bürokratischen Sozialismus verströmt. „Selbsteinschätzung: (5 Punkte = sehr gut, 1 Punkt = schlecht)“ lautet die knappe Belehrung, und dann heißt es für den Redakteur selbstanklägerisch über sein Projekt zu richten.

Ist die Geschichte „attraktiv und/oder familienorientiert“? Die Erzählweise „unkompliziert“ und – doppelt genäht schafft klarere Klarheit – „nicht verwirrend“? Das Milieu „abstoßend“ oder „nicht abstoßend“? Darf sich der Redakteur für „Genre-Reinheit“ einen Dreier geben? Ist sein Projekt „verquastem Tiefsinn“ erlegen? Und, o weh, macht er sich „übertriebener Spielereien“ schuldig? Schummeln gilt nicht, alles wird höheren Orts kontrolliert.

Denn diese Klippschule total ist das Ergebnis eines so genannten Optimierungspapiers, das die Leiter der Fernsehspielabteilungen in der ARD vor einiger Zeit einstimmig beschlossen haben und das nun gnadenlos exekutiert wird. Mit Hilfe des

auf diesem Papier beruhenden Formblattes glaubt sich die Programmkoordination des Ersten einen Überblick darüber zu verschaffen, ob ein TV-Projekt um 20.15 Uhr auf den Sender gehen kann oder in der Programmnacht verschwinden muss.

Vier Damen, die Fernsehspielchefinnen Susann Schulte (SWR), Gabriela Sperl (BR), Liane Jessen (HR) und Doris Heinze (NDR), sprechen derzeit die Empfehlungen für den Sendetermin eines Stücks in der ARD aus, die zuständige Programm-



ARD-Direktoren Struve, Kellermeier
Programme aus der „Wundertüte“