„WO NUR DER SCHNÖDE MAMMON HERRSCHE"

SPIEGEL-Report über Werkzeitschriften in der Bundesrepublik

Die Zeitschrift „Keramos", herausgegeben für die Arbeiter des saarländischen Kachel- und Klosett-Konzerns Villeroy & Boch, zeigt in einer einzigen Ausgabe auf elf Photos „unseren Firmenchef" Luitwin von Boch-Galhau. In Wort und Bild feiert das Glanzpapier-Blatt beispielsweise „diesen besonderen Tag, den Geburtstag Herrn von Bochs".

Die Zeitschrift „Wir Flottmänner", herausgegeben für die Belegschaft der Herner Kompressorenfabrik Flottmann-Werke GmbH, rät den Arbeitnehmern, doch mit Lohnforderungen maßzuhalten. Leitartikler und Firmenleiter Friedrich Heinrich Flottmann begründet den Appell patriarchalisch: „Ein Kind möchte auch immer gerne alles haben."

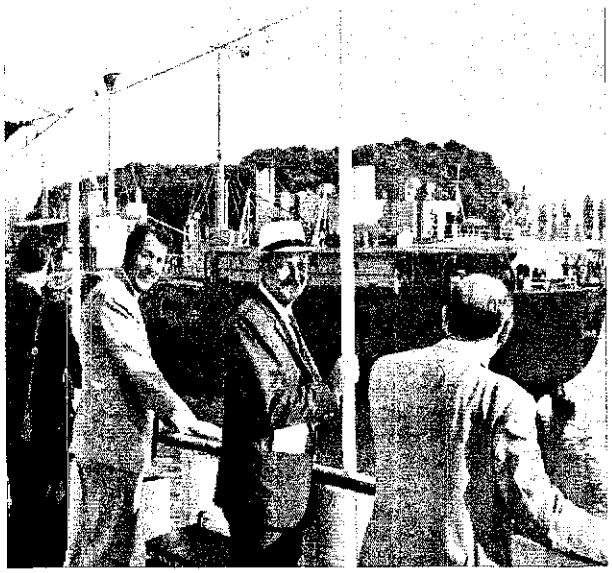
Die Zeitschrift „Report", herausgegeben für die Mitarbeiter des Landmaschinen-Produzenten Deere & Company, empfiehlt ihren Lesern, das Motto „Ärger ist sinnlos" zu beherzigen und zufrieden zu sein: „Indem wir anfangen, hier umzudenken, helfen wir uns gegenseitig und stärken die soziale Ordnung, in der wir leben."

Die Zeitschrift „Werkbote", herausgegeben für die Arbeitnehmer der Spinnerei und Weberei Hermann Kümpers im westfälischen Rheine, zeigt den Werktätigen selbst unter dem Rubrum „Humor", daß Neinsagen nicht lohnt: „Ein Provo kam einst in den Regen / ich weiß nicht protestend wogegen. / Feucht wurde der Junge, / entzündet die Lunge, / so ist dem Protest er erlegen."

Von diesem Geist sind sie zumeist: Die Mehrheit der rund 500 Werkzeitschriften, die in der Bundesrepublik erscheinen, beweihräuchert die Arbeitgeber und bevormundet die Arbeitnehmer, bekräftigt die Zufriedenen und besänftigt die Unzufriedenen — offenbar bislang mit Erfolg. „Im Konzert der ‚betriebsbezogenen öffentlichen Meinung'", lobte unlängst das unternehmereigene „Deutsche Industrieinstitut", spielten die Werkblätter einen „führenden Part".

In der Tat: Mit einer Gesamtauflage von über fünf Millionen Exemplaren erreicht die Belegschaftspresse jeden fünften Berufstätigen in der Bundesrepublik — mehr als Axel Springers „Bild" plus „Welt". Einzelne Werkzeitschriften wie die in München herausgegebenen „Siemens-Mitteilungen" (256 000 Exemplare) übertreffen selbst große Regionalzeitungen wie den „Münchner Merkur" (Druckauflage: 189 000 Exemplare).

Dennoch erscheinen Deutschlands Fabrikblätter, wie unlängst die Publizistik-Fachschaft an der Universität Mainz registrierte, „unter Ausschluß einer kritischen Öffentlichkeit". Die Zeitungswissenschaft hat sich mit den Werkzeitschriften bislang kaum beschäftigt — eine Forschungslücke, über deren finanzielle Ursache die Mainzer Publizistiker spotteten: „Wer sollte hier auch die Forschungsaufträge vergeben?" Auch von den Gewerkschaften ist, wie das IG-Metall-Organ „Der Gewerkschafter" einräumte, dieses „Mittel zur Massenbeeinflussung" noch „nicht ernsthaft genug beachtet" worden.

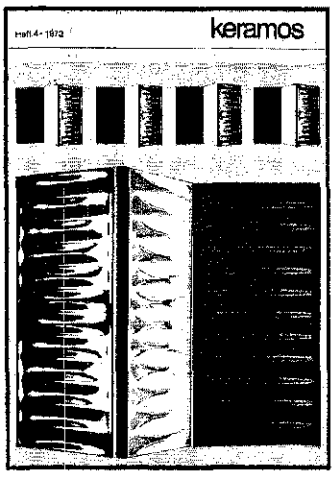


Herausgeber **Oetker***, **Oetker-Werkzeitschrift**: Weihrauch für Arbeitgeber

Manches Unternehmen wiederum bemüht sich, seine innerbetrieblich veröffentlichte Meinung nicht an die außerbetriebliche Öffentlichkeit gelangen zu lassen: Selbst das Deutsche Industrieinstitut stieß bei einer Umfrage auf eine „ganze Anzahl von Herausgebern dieser Publikationen", die „keinen Wert darauf legen", ihre betriebsinterne Informationsarbeit „an die große Glocke zu hängen" oder auch nur „von einer Zählung erfaßt zu werden".

Finanziert wird die Presse-Großmacht der Arbeitgeber großenteils von den Arbeitnehmern: Die Werkzeitschriften, kritisierte 1967 die SPD in ihrem Pressedienst, leben „von einer ‚verständnisvollen' Steuergesetzgebung" und „von den sogenannten betrieblichen Sozialaufwendungen, also zum Teil von vorenthaltenem Lohn".

Doch als „soziale Leistungen" bezeichnen die Unternehmer ihre Hausblätter nur, solange es darum geht, die Kosten steuerbegünstigt abzurechnen. Wenn aber Betriebsräte unter Berufung auf das Betriebsverfassungsge-



Boch-Werkzeitschrift, Herausgeber **Boch***: Vormund für Arbeitnehmer

* Auf Werkzeitungsphotos; oben: Oetker (M.) bei einer Südamerika-Reise; unten: Boch bei seiner Geburtstagsfeier.

setz — das ihnen Mitbestimmung in sozialen Angelegenheiten garantiert — Einflußnahme auf die Werkzeitschriften fordern, wird ihnen in der Regel der Standpunkt des Industrieinstituts entgegengehalten: „Diese innerbetrieblichen Zeitschriften sind keine Wohlfahrtseinrichtung ... und unterliegen daher nicht der Verantwortung des Betriebsrates."

Sie unterliegen vielmehr durchweg der Zensur der Unternehmensleitungen. „Es sollte", schrieb ein Arbeitgebervertreter im „Industriekurier", „auf jeden Fall klargestellt werden, daß es der Unternehmer ist, der — sei es direkt, sei es über seinen Werkschriftleiter — auf dem Instrument der Werkzeitschrift spielt."

Von keinerlei Vorzensur betroffen sind — nach eigenen Angaben — nur 17,8 Prozent der westdeutschen Werkzeitungsredakteure. Alle anderen, so ergab eine Umfrage der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Werkredakteure unter ihren Mitgliedern, müssen der Unternehmensleitung vor dem Druck Texte oder Themenpläne und manchmal selbst die Bilder vorlegen. „Da geht jede Zeile durch die Zensur oberer und oberster Firmenspitzen", schrieb das „Ventil" der Kölner „Leybold-Heraeus GmbH & Co. KG" Hochvakuum Anlagen über das „absolut unerfreuliche Bild", das solche Blätter bieten.

Oft freilich macht Selbstzensur die Vorzensur überflüssig. Für viele Werkschriftleiter — jeder zweite bekleidet laut Umfrage als Abteilungsleiter, Prokurist oder Handlungsbevollmächtigter eine „besondere Position" in der Betriebshierarchie — gilt, was Herbert Keppler, Redakteur beim „Bosch-Zünder", in die Worte kleidete: „Selbstverständlich mache ich das Heft so, daß ich auch gar keinen Ärger bekommen kann" — und nicht selten sind solche übervorsichtigen Redakteure „dabei päpstlicher als der Papst" (so das Journalisten-Informationsblatt „Schweitzer-Dienst"). Auf diese Weise entstehen freundliche, nichtssagende Zeitschriften mit unkritischen, langweiligen Artikeln — teils in wohlabgewogenem Kommuniqué-Stil, teils in technischem Kauderwelsch.

Berichte über neue Produkte und Produktionsstätten stehen neben Bilanzauszügen und Kurznachrichten — etwa daß bei Opel „1 Trauring, gez. Anna" gefunden wurde („Opel Post"). Verpackt ist das alles in unterhaltende und belehrende Beiträge mit Titeln wie „Gräfin zu Dohna berät Sie kosmetisch" („Farben-Post" der Farbwerke Hoechst) oder „Sex im Büro" („Phoenix-Rundschau" der Harburger Gummiwerke).

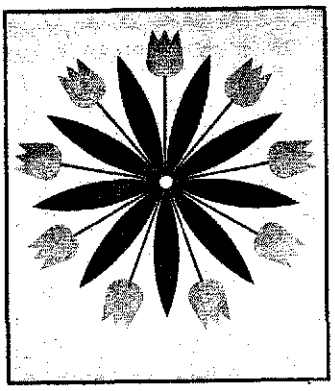
Doch so bunt der Unterhaltungsteil vieler Werkzeitungen ist, so gering ist ihr Nachrichtenwert. Über Schwierigkeiten bei der Informationsbeschaffung spöttelte die Redaktion von „Wir Kalkwerker" (Herausgeber: Rheinisch-Westfälische Kalkwerke AG): „Wenn man ganz hartnäckig ist, gelingt es sogar, den Vorstand gelegentlich zu einer schriftlichen Äußerung zu bewegen." Neuigkeiten werden oft erst gedruckt, wenn sie veraltet sind. „Nicht selten", klagten Werkschriftleiter bei einer Tagung über die nur halb- oder vierteljährliche Erscheinungsweise mancher Blätter, „wird in der Juli-Nummer über die Weihnachtsfeier berichtet."

Viele Berichte sind zudem für schlichte Arbeitnehmer unverständlich formuliert. Die Werkzeitschrift der Grundig-Gruppe, „Wir und unser Betrieb", beispielsweise versucht, den Fließbandarbeiterinnen mit einer Formel zu erklären, wie ihre Montagezeiten berechnet werden: „MtX ≦ 10 Dv ≦ 0,9, Ga 15."

Kritik wird von den meisten Blättern gar nicht geübt. Das Protokoll einer Werkschriftleiter-Bundestagung, die letztes Jahr in Stuttgart stattfand, verzeichnet „Einigkeit" in der Auffassung, daß die Firmenzeitschrift „in keinem Fall das Podium für betriebliche Auseinandersetzungen und Gegensätze" sein dürfe. Denn, so erläutert Willi Seibert von der „Opel-Rundschau", „ein Unternehmen ist auf den guten Ruf in der Öffentlichkeit angewiesen. Schon deshalb erscheint es wenig ratsam, wenn die Werkspublikationen im Kehrichthaufen des Betriebes herumstochern."

Dabei übersehen die meisten Werkredakteure gern eine „Gefahr", vor der sie schon 1963 bei einer ihrer Tagungen der prominente Stuttgarter Presserechtler Martin Löffler gewarnt hat: „Daß der Werkschriftleiter in dem Bestreben, dem sozialen Frieden zu dienen, die naturgegebenen Interessengegensätze zwischen den Sozialpartnern vertuschen und verkleistern wollte. Er würde durch eine solche Schönfärberei sich und andere täuschen."

Über Streiks zum Beispiel kann, wie der „WZ-Informationsdienst" für Werkredakteure im April dieses Jahres feststellte, in Werkzeitschriften nur berichtet werden, wenn die „Behandlung dieses Themas" auch von der „Unternehmensleitung bejaht wird". Als kürzlich in Ludwigshafen Hunderte von BASF-Lehrlingen mit einem Protestmarsch für eine angemessene Ausbildungsvergütung demonstrierten, standen in der „BASF-Information" darüber vier Zeilen; in derselben Ausgabe waren 110 Zeilen einer Veranstaltung des BASF-Gesangvereins gewidmet („Es war ein Frühjahrsball, an den man sich noch lange gern erinnert") und 47 Zeilen einem Fest des BASF-Kleingartenbauvereins („Was mit soviel Liebe und Fleiß vorbereitet wird, muß ja gelingen").



Westdeutsche Werkzeitschriften: „Unter Ausschluß einer kritischen Öffentlichkeit"

Während sie die laut Löffler „naturgegebenen" Interessengegensätze zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern verwischen, suggerieren die Werkzeitschriften ihren Lesern angebliche Interessengemeinsamkeiten. Die erste Person Plural — das „Wir", das „Unser" — dominiert. „Wir ziehen alle an einem Strang", behauptet der „Flottmann-Report", „Daß wir alle in einem Boot sitzen", läßt das „Ziemann-Fenster" der Belegschaft der Ludwigsburger Brauereianlagenfabrik Ziemann durchblicken. Von einer „Schering-Familie" wissen die „Blätter" der Berliner Pillen-Fabrik Schering zu berichten, von einer „Hüttenfamilie" die Redakteure der Zeitschrift „Der Hüttenmann bei Röchling".

Oft werden schon im Titel Unternehmen und Belegschaft zur Schicksalsgemeinschaft verklärt — Beispiele: „Unser Betrieb" (Weinbrennerei Asbach), „Unter Uns" (Deutsche Dunlop-Gesellschaften), „Wir" (Duisburger Kupferhütte), „Wir bei Fortuna" (Fortuna-Maschinenfabrik Stuttgart), „Vereint am Werk" (Vereinigte Aluminiumwerke Bonn).

„Firmentreue", die oft nur Ausdruck mangelnder Beweglichkeit ist, an-

Ausdruck Ihrer persönlichen Note
uni-pen
Neuentwickeltes Schreibsystem – leichtes Schreiben – gleichmäßig ohne Druck – ohne Aussetzen – ohne Schmieren
uni-pen
Neu! Die saubere Schrift der Tinte – spielend, flüssig, ohne Druck. Und die Vorteile des Kugelschreibers – gleichmäßig, handlich, bequem – in diesem völlig neuen Schreibgerät vereint. Mit uni-pen fließen Ihre Worte glatter auf's Papier. Auch Ihre Unterschrift. uni-pen. Für Leute, die mit Tinte unterschreiben wollen.
uni-pen
Jetzt erhältlich im führenden Fachhandel
uni-pen
Bezugsquellennachweis: Import-Bureau GmbH · 506 Bensberg

dererseits aber die für ein Unternehmen mißliche Fluktuationsrate drückt, wird zu einer Charakterstärke erhoben. Jubilare erscheinen als Helden der Arbeit. Werkzeitschriften berichten ausführlich über die Verleihung einer „goldenen Jubiläumsuhr" („Keramos"), zeigen 40-Jahre-Jubilare auf Photos, die doppelt so groß sind wie die Bilder von 25-Jahre-Jubilaren („Wir bei Philips"), und preisen die „unglaubliche Firmentreue" des Japaners, der „grundsätzlich ... in seiner Firma ein ganzes Leben" arbeite und es mit „Disziplin und Hingabe" zu „Wirtschaftswunder", „Wirtschaftswachstum" und „Wohlstandsgewinn" gebracht habe („Opel Post").

„Geduld, Zähigkeit und Ausdauer" fordert der „Betriebsspiegel" des Elektro-Konzerns Braun seinen Arbeitern und Angestellten ab, denn „viele haben diese Eigenschaften verlernt": Wer nicht befördert werde, dürfe nicht gleich „ungeduldig" den „Weg des geringsten Widerstandes" gehen und etwa die Firma wechseln.

Werkschriftleiter-Tagung*: „Nicht im Kehricht stochern"

Das Bestreben, emotionale Bindungen zwischen den Belegschaftsmitgliedern und ihrem Betrieb zu knüpfen, geht, wie „Der Gewerkschafter" registrierte, in den Werkzeitschriften einher mit dem Versuch, „den Arbeitnehmer von seiner Gewerkschaft loszulösen: Von berechtigten Ansprüchen kein Ton, doch das Märchen von der Lohn-Preis-Spirale taucht immer wieder auf". Es taucht beispielsweise auf im „Hausbrief" der Mönchengladbacher Wollindustrie AG: „Dreht sich die Lohn-Preis-Spirale erst einmal und steigen die Löhne, dann steigen auch die Preise weiter ... Eine Teufelsspirale!"

Mehr als um das finanzielle Wohlergehen scheinen sich die Werkblätter um den Gesundheitszustand der Arbeitnehmer zu sorgen. „Nochmals wünschen wir Ihnen schöne Ferien, und, wie gesagt, vergessen Sie nicht die sportliche Betätigung", rät der „Werkbote" („Wer sich fit hält, gehört auch im Betrieb mit 45 Jahren nicht zum alten Eisen"). Kaum eine Fabrikzeitschrift versäumt es, Ausgabe für Ausgabe „Trimm dich"-Appelle zu drucken — schließlich können, so in schöner Offenheit der Gladwolle-„Hausbrief", nur „gesunde Menschen gute Arbeit leisten".

So veröffentlichen Werkzeitschriften ausführliche Vorschläge zur „sinnvollen Nutzung" der Freizeit: Wander-Tips etwa und Hobby-Hinweise („EBV-Report" des Eschweiler Bergwerkvereins: „Astern dürfen im Sommergarten nicht fehlen"). Zugleich aber raten sie denen, „die sich zuviel zugemutet haben", für die Freizeit: „Tut doch mal gar nichts" (Axel Springers „Springer aktuell"). Denn „der Betrieb hat", so Werkzeitungs-Experte Hans-Peter Nordhoff schon vor sieben Jahren in einer Dissertation über „Die informatorische Aufgabe des Unternehmers", „einen legitimen Anspruch darauf, daß jeder Mitarbeiter nach dem Wochenende wirklich erholt und ausgeruht an seinen Arbeitsplatz zurückkehrt".

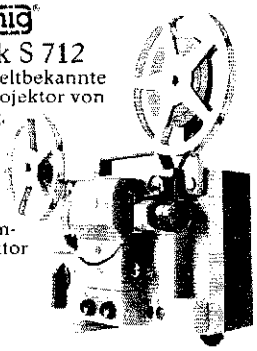
Auf Kosten der Arbeitgeber freilich soll das Gesundheitsstreben der Belegschaftsmitglieder möglichst nicht gehen. Berichte über den Rückstand der Sozialmedizin und den Fehlbestand an Werkärzten in der Bundesrepublik werden in der Regel nicht veröffentlicht. Nur gelegentlich taucht, so in der „Opel Post", der Hinweis auf, daß auch „Überbeanspruchung am Arbeitsplatz" krank machen kann. Häufiger sind Artikel, die den Leser etwa auffordern, durch „kollegiale Ratschläge an Außenseiter" den „Grökaz" bekämpfen zu helfen — soll heißen: den „größten Krankenstand aller Zeiten" („Krupp-Mitteilungen").

Ähnlich nehmen sich Berichte über Betriebsunfälle aus (1969: 6092 Todesopfer): „Man findet", kritisiert der „Gewerkschafter", „zwar hier und da Richtlinien der Berufsgenossenschaften und auch betriebliche Sicherheits-

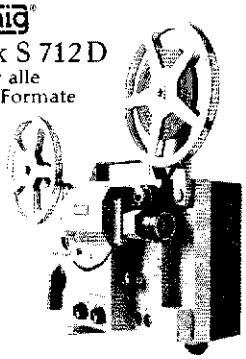
* Am 7. November in Hamburg.

70.145.20.14-d

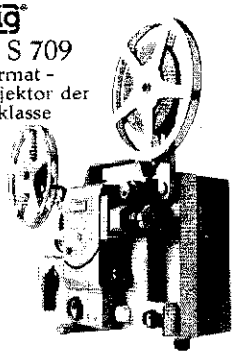
eumig
Mark S 712
Der weltbekannte Tonprojektor von Eumig, kaum teurer als ein guter Stummprojektor



eumig
Mark S 712 D
D = für alle 8-mm-Formate



eumig
Mark S 709
Multiformat - Tonprojektor der Meisterklasse



Das ist die «Sound Generation». Menschen, die am Leben Freude haben. Schöne Stunden geniessen – sie festhalten und wieder erleben. Mit Ton. Das ist die Tonfilm-Generation.

Filmvertonen ist so einfach mit Eumig. Mit der modernen Generation der Tonprojektoren. Eumig ist der grösste und bedeutendste Hersteller von 8-mm-Tonprojektoren.

eumig®
macht das Filmen leicht

vorschriften ... Aber gerade die kleinen, oft schwerwiegende Unfälle verursachenden Umstände des Arbeitslebens haben in den Werkzeitungen recht wenig Platz. Die Sorge um verlorengegangene Gewinne wird um so deutlicher herausgestellt." Oft werde, so das Gewerkschaftsblatt, mit „an Bösartigkeit grenzenden Bemerkungen" den „Arbeitnehmern fahrlässiges oder leichtsinniges Verhalten bei der Arbeit" vorgeworfen.

Tatsächlich begründen Werkzeitschriften Anti-Unfall-Aktionen auch mit Hinweisen wie: „Unfälle sind für das Unternehmen teuer" („Osram Nachrichten"). Die „AZ-Heute" der Aschaffenburger Zellstoffwerke fragt ihre Belegschaftsmitglieder, warum sie eigentlich ihre „Gesundheit so leichtfertig" aufs Spiel setzten. Daß aber „bei steigender Konjunktur ... die Unfälle zunehmen" und daß Unternehmen nicht immer alles tun, um vor allem Neueingestellte „vor den für sie noch unbekannten Unfallgefahren zu warnen und zu schützen" („Opel Post"), steht dagegen nur allzu selten auf dem Glanzpapier der westdeutschen Werkpresse.

Zu den in dieser Hinsicht beispielhaften Ausnahmen zählt „Der Holzwurm" der Holzwerke Pfleiderer im oberpfälzischen Neumarkt: Redakteur Karl Hofmann läßt in jeder Ausgabe (Auflage: 1500 Exemplare) Arbeitnehmer in der Rubrik „Arbeitsplatzreport" darüber berichten, „was ihnen Freude macht oder was sie ärgert". Im August beispielsweise kam der Schlosser Anton Reischböck, 47, zu Wort:

> **Wir schweißen viel mit Zink, wobei Gase entstehen, die bestimmt nicht gesundheitsfördernd sind. Appetitlosigkeit und — wenn es schlimm kommt — Magengeschwüre sind die Folge. Meiner Meinung nach brauchen wir hier unbedingt sechs bis sieben Schweißtische mit Absaugvorrichtungen, vielleicht auch Schweißkabinen.**

So ungewöhnlich solche Kritik am Patronat ist, so unablässig attestieren die Werkzeitschriften den Arbeitgebern jene Eigenschaften, die zu aktivieren sie die Arbeitnehmer ständig aufrufen: Unternehmer sind da „Vorbild an Leistungs- und Schaffenskraft" und verdienen „größte Hochachtung" (so „Die Illerter" der Druckerei Illert KG in Steinheim am Main). Selbst vor schmutziger Arbeit schrecken sie nicht zurück — legt doch, wie Dr. Oetkers „Heller Kopf" meldet, Firmenchef Rudolf-August Oetker gelegentlich „beim Auftanken seines Autos selbst mit Hand an".

Mit derselben Monotonie, mit der die Werkzeitschriften den Eindruck zu erwecken versuchen, ein Übermaß an menschlichen Tugenden rechtfertige die Stellung der Männer an den Unternehmensspitzen, lassen sie die Privatwirtschaft der Bundesrepublik als Wohlfahrtsinstitut erscheinen.

Zu den Ausnahmen, die auch diese Regel bestätigen, zählen die „Hauni-Glocken" des Hamburger Zigarettenmaschinen-Fabrikanten Kurt A. Körber, ein Blatt, dessen Linie allein von einem aus Arbeitnehmern bestehenden „Redaktionsstab, nicht aber der Unternehmensleitung ... beeinflußt und kontrolliert" wird (Schriftleiter Johannes Heinke). Die Leser der „Hauni-Glocken" hören daher zum Beispiel auch etwas davon läuten, daß „wir von einer gerechten Verteilung der erarbeiteten Werte noch weit entfernt" sind und „daß 1,7 Prozent der Bevölkerung ... 70 Prozent des gesamten Betriebsvermögens und der Kapitalanteile besitzen".

Fast alle anderen Werkzeitschriften aber stellen das ganz anders dar. „Der Werktag" von Mannesmann versichert, die Situation der „selbständigen Unternehmer und Kapitalgeber" in der Bundesrepublik habe sich „relativ verschlechtert" — daran „sollte man denken, bevor man über mangelnde ‚soziale Symmetrie' klagt". Und in ihrem „Einblick" können auch die Verkäuferinnen des Horten-Warenhauskonzerns lesen, daß „unser freiheitliches Wirtschaftssystem ... allen und

Werkzeitung-Expertin **Schürer-Wagner**
„Manches bleibt besser unerörtert"

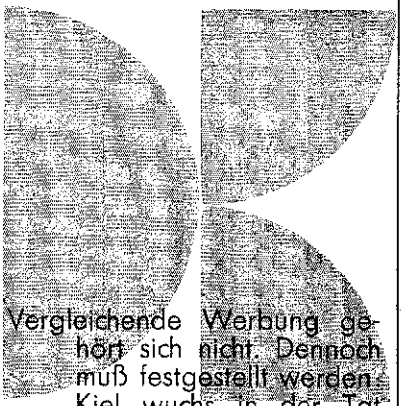
nicht nur einseitig einer bestimmten Schicht" Wohlstand gebracht habe.

Schon 1963 hatte Werkzeitung-Experte Nordhoff gewarnt: „Wenn es den Unternehmern nicht gelingt, die Arbeiter unternehmerisch denken zu lehren, dann wird das nicht nur zu einem wirtschaftlichen, sondern auch zu einem politischen Fiasko führen."

Nachhilfeunterricht in unternehmerischem Denken verabreicht denn auch fast jede „WZ" (Branchen-Jargon) ihren Lesern. Mannesmann-Arbeiter lernen, daß an der linken These, die Industrienationen beuteten die Entwicklungsländer aus, „kaum etwas" wahr sei („Werktag"). Howaldt-Arbeiter lesen, dem „Begriff des Kapitals" hafte zu Unrecht das „Odium sittenwidrigen Profites" an („HDW").

Kritik am Gesellschaftssystem der Bundesrepublik wird durchweg als unberechtigt hingestellt. Die in Wahrheit veraltete Lehrlingsausbildung ist aus der Sicht der Unternehmerpresse „so jung wie unsere Lehrlinge" (Horten). Berichte über die Situation der Gastarbeiter sind angeblich „teilweise

Kiel
wuchs stärker als.....



Vergleichende Werbung gehört sich nicht. Dennoch muß festgestellt werden: Kiel wuchs in der Tat stärker als eine süddeutsche Landeshauptstadt. Und zwar, wenn Sie die Fläche betrachten, um 34 % im Jahre 1970. Nämlich von 8214 ha bis zum 25. April 1970 auf 11 006 ha heute. Und um 2,8 % in Sachen Bevölkerung. Von 269 106 Einwohner bis zum 25. April 1970 auf 276 600 Einwohner heute.

Kritiker könnten behaupten, damit sei die Bevölkerungsdichte von Kiel gesunken. Na und? Ist das ein Nachteil? Wir haben mehr Platz für Sie. Für Menschen, die hier wohnen und lernen und studieren und arbeiten und freizeiten wollen.

Und auf diese Menschen kommt es ja schließlich an. Wenn Industriebetriebe sich hier neu ansiedeln und Mitarbeiter suchen werden. Und in Kiel läßt es sich leben. Das wissen die Manager. Und das wissen auch Sie.

Amt für Wirtschafts- und Verkehrsförderung der Landeshauptstadt Kiel, 23 Kiel, Rathaus, Telefondirektwahl 0431/5942 342

Kiel
steht hoch im Kurs

hochgespielt" (Opel). Und immer wieder wird vor „Gerede" gewarnt: Mit dem „Gerede vom Establishment", und überhaupt „mit dem ‚Zerreden' von Problemen wurde noch niemals etwas geschaffen" — wichtiger sei „Vertrauen" in „die Wirtschaftsordnung" (Howaldt).

Wer dieser Ordnung nicht vertraut, wird diffamiert. Schriftleiter Erich Weber von den Chemischen Werken Hüls charakterisierte letztes Jahr in einem Referat vor der Stuttgarter Werkredakteur-Tagung bundesdeutsche Sozialkritiker mit dem Satz: „Der frische Wind der Leistungsgesellschaft kann denen nicht behagen, die im Leben nur den Lustgewinn suchen und sich damit auf das geistige Niveau australischer Urvölker stellen." Die Werkpresse müsse sich verstärkt mit der Mentalität dieser Leute auseinandersetzen — mit „diesem finsteren Prachtgemälde einer kapitalistischen, inhumanen Industrie, wo nur der schnöde Mammon herrsche".

Der Weber-Appell hat gefruchtet. Die Unternehmer-Ideologen, die in der Zeitschrift des Horten-Konzerns zu Wort kommen, erteilen „allen Ideologen, gleich welcher Couleur", die „gerechtere Vermögensverteilung" forderten und in Wahrheit „Sozialisierung" meinten, „eine Absage". Die „Opel Post" sagt voraus, womit der „ideologische Amoklauf" der „Sozialrevolutionäre", falls man ihn nicht stoppe, unweigerlich enden werde: im „Massenelend".

Angeführt werde der Marsch ins Massenelend, zur „Bolschewisierung" ganz Deutschlands von „üblen Burschen", die Streiks anzetteln, und von „Zauber- und Hexenmeistern", die „zum größten Teil in den Rundfunk- und Fernsehredaktionen ... und in den Redaktionen linksgerichteter Zeitungen sitzen" — so ist es nachzulesen in der in Heidelberg erscheinenden überregionalen Werkzeitschrift „Werk und Leben" (156 000 Auflage).

Die IG Metall kommentierte solche Propaganda mit dem Vorschlag, „Werk und Leben" in „Geld für Lügen" umzutaufen: „Ohne dafür sehr gut bezahlt zu werden, schreibt doch wohl niemand freiwillig solchen Unsinn."

Mancher liest das nicht einmal. Der Deutsche Gewerkschaftsbund registrierte ein „noch weitverbreitetes Mißtrauen" und eine „vielfach ablehnende Haltung der Arbeitnehmer gegenüber den Werkzeitungen". Zwar bejahten Anfang dieses Jahres bei einer Umfrage der „Opel Post" fast alle Leser (98 Prozent) die Frage, ob sie dafür seien, daß ihr — gut bebildertes und gratis verteiltes — Blatt „weiter erscheint". Doch die Interviewer mußten neben Lob auch spontane Kritik notieren:

▷ „Viel zuviel Technik und ähnliches Zeug. Bringt mehr, wo den Arbeiter der Schuh drückt."

▷ „Zu einseitig ausgerichtet. Nur der Unternehmerstandpunkt. Wir sind doch auch noch da."

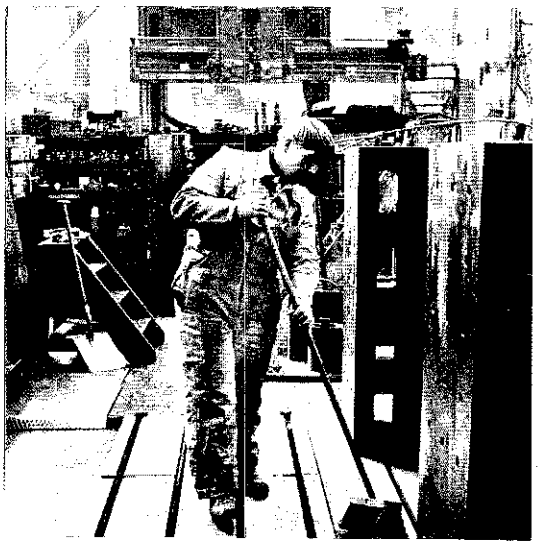
WZ-Thema **Betriebsunfall**
„Die Sorge um Gewinne ...

▷ „Eine Meckerecke. Da würden denen oben die Augen aufgehen, was hier alles los ist."

▷ „Ist doch alles Schwindel. Die Wahrheit erfährt der kleine Mann doch nie."

In Leserbriefen allerdings schlägt sich solche Ablehnung gewöhnlich nicht nieder: Die Arbeiter wollen nicht, meint Sabine Schürer-Wagner, Werkzeitungsexpertin im Industrieinstitut, „über die Redaktion mit ihrem ‚direkten Draht zum zuständigen Direktor' in Ungnade fallen".

Leserpost ist rar, selbst dann, wenn versprochen wird: „Dafür gibt es ein Honorar" (Hortens „Einblick"). Daß sie erwünscht ist, hat seine Gründe: Die Schriftleiter, von denen mancher zu Rezessionszeiten die Einstellung seines Blättchens oder eine Kürzung des Redaktionsetats befürchten mußte, können durch Vorlage von Leserpost ihrer Unternehmensspitze nachweisen, daß die Zeitschrift ankommt und der Aufwand lohnt. Das



WZ-Thema **Lehrlingsausbildung**
... wird deutlich herausgestellt"

Management wiederum ist auf Stimmen aus dem Arbeitsvolk angewiesen, um frühzeitig „Störfaktoren" erkennen und mit betriebspsychologischen Maßnahmen ausschalten zu können.

Bei den Lesern schließlich kann mit Hilfe eines umfangreichen Briefteils der Eindruck erweckt werden, das Blatt nehme kein Blatt vor den Mund — obwohl es in Wirklichkeit „selbstverständlich auch Probleme gibt", so Sabine Schürer-Wagner, „die im Interesse des Betriebsfriedens besser unerörtert bleiben".

Was im einzelnen erörtert werden darf und was nicht, ist seit Jahren Gegenstand von Diskussionen in Unternehmer-Zirkeln und auf Werkschriftleiter-Tagungen. Einigkeit herrscht in diesen Kreisen darüber, daß heute jene Blätter mehr Schaden als Nutzen stiften, die auf patriarchalische Weise die Belegschaften allzusehr bevormunden — ähnlich wie im Jahre 1888 Deutschlands erste Werkzeitung, der „Schlierbacher Fabrikbote", der den Proletariern in der Wächtersbacher Steingutfabrik riet: „Spült Euch den Mund nach jeder Mahlzeit."

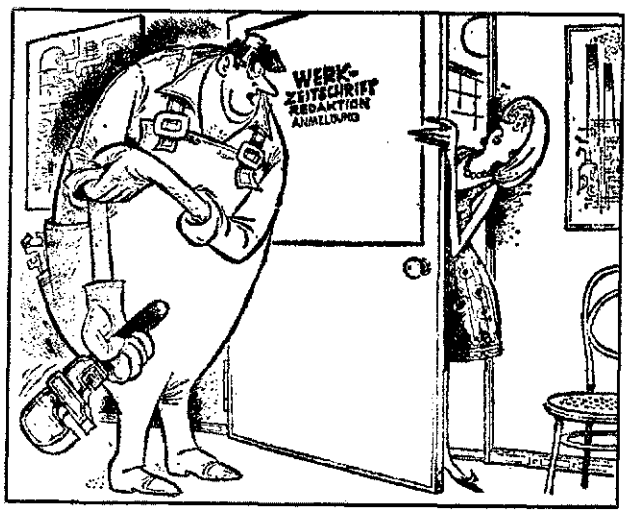
Der „Arbeitgeber", Organ der Arbeitgeberverbände, gab denn auch schon 1965 die Parole aus: „Weg von der ‚Gartenlaube'." Und der österreichische Soziologie-Professor Friedrich Fürstenberg, Anfang der fünziger Jahre Redaktionsassistent bei der Werkzeitschrift der Firma Robert Bosch, empfahl letztes Jahr der Werkschriftleiter-Bundesversammlung, die Blätter künftig besser der jeweiligen Zielgruppe — ob Fließband-Arbeiterin, ob Computer-Akademiker — anzupassen.

Denn nur noch Arbeitnehmer, „deren betriebliches Handlungsfeld relativ klein ist", seien, so Fürstenberg, heute für eine „autoritätsbezogene" Informationspolitik empfänglich. Diese Lesergruppe könne man einer „innerbetrieblichen Meinungspflege" aussetzen, deren Ziel es ist, „bestimmte Grundhaltungen des Managements zu rechtfertigen". Die zu vermittelnden Werte dürften bei dieser Konzeption „nicht in Frage gestellt werden"; den Arbeitern müsse vielmehr angeboten werden, „die große allgemeine Linie vertrauensvoll zu akzeptieren".

Diese — auch von Axel Springers „Bild" praktizierte — Methode hat freilich im Zeitalter „technisch-wirtschaftlicher Strukturwandlungen" (Fürstenberg) auch nach Ansicht mancher Unternehmer nicht mehr ausschließlich nützliche Folgen: „Der Preis für Denksicherheit beziehungsweise das Denken in einfachen Kategorien besteht", so klärte Fürstenberg die Werkschriftleiter auf, „in einer gewissen Immobilität."

Mit anderen Worten: Der von Fürstenberg zitierte Werkblatt-Wahlspruch „Ein Gramm Treue wiegt ein Pfund Gewandtheit auf" gilt nicht mehr uneingeschränkt, weil immer mehr Unternehmen „auf denkende und selbständig handelnde Menschen angewiesen" sind. Mithin bleibt den Werkredakteuren nichts anderes übrig, als, so Fürstenberg, die „autoritätsbezogene Informationspolitik" je nach Arbeitnehmer-Typ mehr oder weniger stark durch eine „zweckrationale Informationspolitik" zu ergänzen, die „nicht so sehr überzeugen als die Urteilsbildung ermöglichen" soll — anhand von „Nachrichten" und „hiervon abgegrenzten Kommentaren".

Doch „offene Diskussionen" über Themen, „die der Unternehmensspitze nicht gerade sympathisch sind", sollten, so riet das Industrieinstitut noch kürzlich den Arbeitgebern, in der Werkzeitschrift nur stattfinden, „wenn notwendig" — etwa um eine „sonst einsetzende Flüsterpropaganda zu verhindern". Auch politische Themen werden zumeist nur aufgegriffen, wenn sie nicht länger verschwiegen werden können: Erst „ab Frühjahr 1968", als vor den Werktoren die Apo agitierte, behandelten die Werkzeitschriften laut Industrieinstitut verstärkt „sogenannte ‚heiße Eisen'" wie die Mitbestimmung — selbstverständlich „in angemessener Form".



Der heile Kopf

„Ich komme wegen des Artikels auf Seite 2"

Die Einsicht des „Handelsblatts", daß heutzutage „kluge Unternehmer... ihrer Werkzeitschrift ein Höchstmaß an Freimut der Aussage" lassen, hat sich bislang nur in einigen wenigen Betrieben herumgesprochen — beispielsweise im Unilever-Konzern: „Wir werben nicht für etwas, das es nicht gibt: die heile Welt", schrieb die „Union-Rundschau" der Unileverschen Margarine-Union. Und der „Sunlichter" von Unilevers Sunlicht GmbH verspricht seinen Lesern, daß er nicht „Sunlicht, Sunlicht über alles" rühmen, sondern „offene Meinungsäußerung als Gegenpol zur Loyalität zum Unternehmen" gestatten werde.

So darf Unilever-Redakteur Dr. Henning Storek die Sunlicht-Belegschaft auffordern, der „Anpassung" zu entrinnen und Kreativität zu entwickeln: „Die Kreativen stellen Bestehendes immer in Frage. Kämpfen gegen Verkrustungen. Gießen ihre ätzenden Denksäuren über schale Anpassung. Glauben nichts und fragen immer."

Und Sunlicht-Gabelstaplerfahrer Gerhard Schlupkothen darf kritisieren, was er im Betrieb „nicht gut" findet: etwa „daß bei Produktionsspitzen die Frühstückspause um ein bis zwei Stunden verschoben wurde". Im selben Artikel kommt Werkleiter Dr. Herbert Basel zu Wort: „Da stimme ich Herrn Schlupkothen voll zu. Das soll nicht wieder vorkommen."

Zu diesem nach Ansicht des DGB „fortschrittlichen, kooperativen Typ" jedoch gehören die westdeutschen Werkzeitschriften „in ihrer Mehrheit ... keineswegs". Dennoch sind gewerkschaftliche Angriffe gegen die Unternehmerpresse selten geworden. Noch in den fünfziger Jahren hatte der DGB-Bundesvorstand angesichts der „klaren Tendenz, Werkzeitschriften in den Dienst der Unternehmerpropaganda zu stellen", „geeignete Schritte" angedroht. Doch in dem Maße, in dem die Unternehmer die Gewerkschaften als Stabilitätsfaktor schätzen lernten und Fabrikblätter ihre grob gewerkschaftsfeindliche Haltung verließen, begann der DGB sich zu arrangieren. Im Jahre 1964 erklärte der damalige Gewerkschaftsboß Ludwig Rosenberg: „Der DGB sieht in den Werkzeitschriften keinen feindlichen Gegenspieler."

Doch die Unternehmerverbände haben diese Strategie offenbar längst durchschaut. Jedenfalls schrieb der „Arbeitgeber" schon 1965, falls der DGB mit seiner „weichen Welle" durch eine „Hintertür ... direkt oder indirekt Einfluß auf die Gestaltung der Werkzeitschriften nehmen" wolle, werde er „daran gehindert werden". Denn: „Umdrehen ist nicht."

Wie auch immer — Tatsache ist, daß die DGB-Spitze an den Werkzeitschriften, wie das Industrieinstitut registrierte, nach wie vor „nur maßvoll Kritik" übt. Die Deutsche Angestellten-Gewerkschaft (DAG) hingegen hat Anfang dieses Jahres in einer Denkschrift den Bundestag aufgefordert, bei der geplanten Änderung des Betriebsverfassungsgesetzes (BVG) dem Betriebsrat das Recht einzuräumen, bei der Gestaltung von Werkzeitschriften mitzubestimmen.

Doch die Bonner Koalition aus Sozialdemokraten und Freidemokraten scheint den DAG-Vorschlag nicht berücksichtigen zu wollen: In dem jüngst vom Arbeitsministerium erstellten Entwurf einer BVG-Novelle ist von Werkzeitungen keine Rede.

Die Gewerkschaften, begründet Arbeits-Ministerialdirektor Karl Fitting die Gesetzeslücke, hätten eine derartige Regelung schließlich „nie mit Nachdruck gefordert".