

den Erkenntnissen der Bonner und Wiesbadener Ökonomen auch künftig die sonst immer noch unterprivilegierten Gastarbeiter aus Italien und Spanien, aus der Türkei und Jugoslawien einspringen.

Vor zehn Jahren war das Wachstum der in Westdeutschland Wohnenden noch zu zwei Drittel dem Geburtenüberschuß und nur zu einem Drittel der Zuwanderung von Ausländern zuzuschreiben. 1969 aber entfielen fast vier Fünftel der Bevölkerungszunahme auf diesen sogenannten Wanderungsgewinn. Statistiker Öhlert rechnete in einer Wanderungsbilanz, die er bis zum Sommer abliefern will, bis 1990 mit der Zureise von weiteren zwei Millionen Ausländern.

Langfristig sei dem Geburtenrückgang, so Bartholomäi, nur durch mehr soziale Sicherheit für die berufstätige Frau beizukommen. Jede Mutter brauche nach der Geburt einen „Karenzurlaub von ein bis zwei Jahren, bezahlt oder unbezahlt“. In dieser Zeit müsse der Arbeitsplatz für die Frau freigehalten werden. Bartholomäi zu den Chancen eines derartigen Plans: „Im Moment ist das nichts weiter als eine konkrete Utopie.“

## PRESSE

### STUTT GART

#### Spiel verloren

Das Vereinsleben der Schwaben-Metropole Stuttgart ist reichhaltig — Stoff genug für die „Stuttgarter Zeitung“ („StZ“) wie für die „Stuttgarter Nachrichten“ („StN“), die, beide am Ort und beide schwäbisch, jedem Vereinle geben, was jedem Vereinle gebührt: Aufmerksamkeit.

Im Februar begann die „Stuttgarter Zeitung“ denn auch eine Porträt-Serie zu veröffentlichen. Der Männerturnverein war zuerst an der Reihe — unter der Dachzeile „Stuttgarter Vereine — was sie bieten, was sie leisten, was sie wollen“.

Zur Überraschung der „StZ“-Redakteure erschienen die „Nachrichten“ sechs Tage später mit einer fast gleichen Rubrik. Überschrift: „Stuttgarter Vereine — was sie wollen, was sie bieten, was sie leisten“. Erstes Porträt: der Männerturnverein.

Und so ging es weiter. Stets wenige Tage nach der „Zeitung“ stellten die „Nachrichten“ — zwar mit eigenem Text, doch ohne zusätzlichen Informationsgehalt — denselben Verein vor. Es war offenkundig: Ein Blatt kupferte vom anderen ab — und dieser Eindruck war gewollt.

Denn längst hatte es die Lokalredakteure der kleineren „Stuttgarter Nachrichten“ (Auflage: 72 000) gefucht, daß sich zuvor, umgekehrt, die größere Konkurrenz-„Zeitung“ (Auflage: 155 000) vermeintlich immer wieder Neuigkeiten aus den Blättern des Lokalrivalen aneignete.

Die erkennbare Kopie der Vereinsserie diente dem „Nachrichten“-Lokalchef Hans-Joachim Schlüter ledig-

lich als Revanche — und als öffentliches Signal, daß man mutmaßliche Abschreiberei nicht mehr widerspruchslos hinzunehmen gewillt sei.

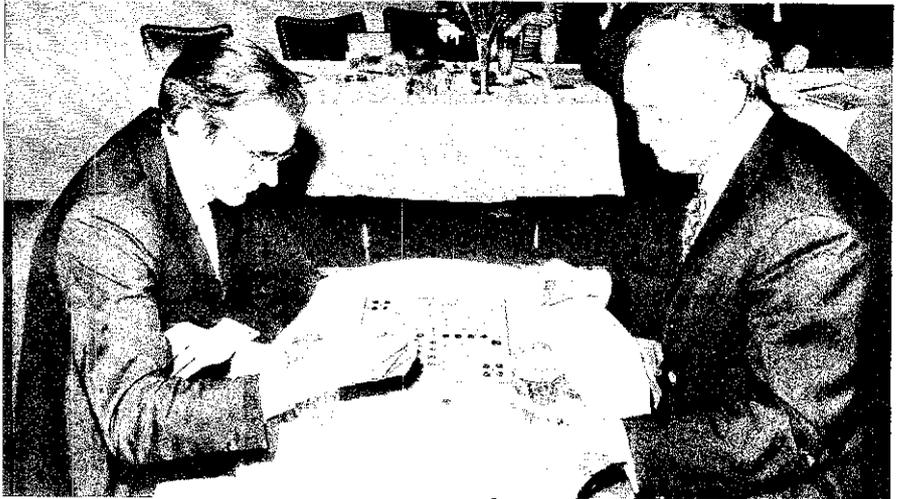
Bei aller Verärgerung („Da haben wir gesagt, das geht zu weit“) gewann „StN“-Chef Rudolph Bernhard dem lokalen Gehäkele noch einen positiven Aspekt ab: „Das Verhalten der Konkurrenz beweist uns, daß wir diesen Konkurrenzkampf diktieren.“ Solche Äußerungen hielt „StZ“-Chefredakteur Rainer Tross, 43, freilich für eine „unzulässige Verengung des Blickfeldes“, denn: „Es ist eine Illusion von Herrn Bernhard zu glauben, daß wir in den ‚Nachrichten‘ unsere interessanteste Konkurrenz sehen.“ Und: „Unter lokalem Gesichtspunkt sind die ‚Nachrichten‘ eine ideale Konkurrenz: Sie sind vorhanden, aber sie tun uns nicht weh.“

In der Tat motivierten nicht nur journalistische, vielmehr auch geschäftliche Hintergründe die Vereins-Groteske zwischen den beiden Blät-

tiver Ruhe im graphischen Bild und mit maßvoll-liberalem politischem Urteil entwickelte sie sich zum schwäbischen Renommier-Blatt mit überregionalen Ambitionen und erreichte binnen eines guten Jahrzehnts rund die doppelte Auflage der örtlichen Konkurrenz.

Aus diesem Schattendasein möchte Rudolf Bernhard, der 1966 nach väterlichem Vorbild — Henry Bernhard starb 1960 — auch den Posten des Chefredakteurs übernommen hatte, die „Nachrichten“ nun herausbringen. Mit einem „Kontrastprogramm zur ‚Stuttgarter Zeitung‘“ hat Bernhard dort zum Angriff geblasen, wo der Konkurrenz mangels Unterschieds in der politischen Ausrichtung noch am ehesten beizukommen ist: im lokalen Bereich.

Kernpunkt des kommunalen Kontrastprogramms ist — neben verlegerischen Aktivitäten, die dem Blatt inzwischen eine Anzeigenauflage von knapp 100 000 beschert haben — eine seit etwa zwei Jahren verstärkt be-



Redaktions-Rivalen Schlüter, Eigel: „Konkurrenz schön geleimt“

tern, die einst in trauter Gemeinsamkeit begonnen hatten. 1945 waren der Literat Josef Eberle und der einstige Stresemann-Privatsekretär Henry Bernhard (Dritter im Bunde war der nachmalige „Mannheimer Morgen“-Verleger Karl Ackermann) von den Amerikanern mit der Gründungs-Lizenz für die „Stuttgarter Zeitung“ bedacht worden.

Nach einem Jahr der Zusammenarbeit im Stuttgarter Turmhaus, vormals Sitz des angesehenen „Stuttgarter Neuen Tagblatts“, scherte Bernhard aus, um mit dem Sozialdemokraten Erwin Schoettle die „Stuttgarter Nachrichten“ zu gründen. Für eine gute Startposition sorgten die amerikanischen Lizenzgeber: Angesichts begrenzter Papierkontingente dekretierten sie schlicht die Teilung der „Zeitung“-Leserschaft, deren einer Hälfte fortan die „Nachrichten“ ins Haus flatterten.

Bis in die frühen fünfziger Jahre konnte das Zweitblatt mithalten, doch dann zog die „Zeitung“ auf und davon. Solide gemacht, von konserva-

triebene Werbung (Slogan: „Lebendige Nachrichten — Stuttgarter Nachrichten“), die ihr redaktionelles Pendant in jährlich zwei „Aktionen“ zu größeren Themen wie Straßenverkehr, Kriminalität oder Sport in Stuttgart findet. Außerdem sorgten Bernhard und seine Mannen für eine muntere Gestaltung speziell des Lokalteils der „Nachrichten“.

Als auch die „Zeitung“ einige Innovationen der Konkurrenz wie Kurzkritiken noch am Abend einer Premiere, eingekastelte Lokal-Kommentare und einen Merkzettel für Stuttgarts Hausfrauen einführte, witterten die „Nachrichten“-Leute unlauteren Wettbewerb. Und vollends gram waren sie, als „StZ“-Lokalchef Gerhard Eigel eine Woche, nachdem die „Nachrichten“ ihre diesjährige Frühjahrsaktion „So schön ist Freizeit in Stuttgart“ angekündigt hatten, eine Serie unter dem Titel „48 Stunden Wochenende und was man daraus machen kann“ eröffnete.

Die „StN“-Leute plagiierten nun „ganz bewußt“ (Lokalchef Schlüter)

die Vereins-Porträts der „StZ“ — was wiederum den „StZ“-Leuten Anlaß war, auf Gegenwehr zu sinnen. Um die „StN“ zu überführen, erfanden die Vereinskolumnisten der Konkurrenz kurzerhand einen fiktiven Klub. Sie verliehen einer bereits seit langem bestehenden Kollegen-Runde von Karten- und Brettspielern Vereinsqualität und den Namen „Quodlibet Stuttgart“, ließen sich ein Vereinssymbol entwerfen, ernannten eine Sekretärin des Hauses zur Geschäftsführerin und rückten eine muntere Beschreibung des Vereinslebens („Allzuviel Ernst und Vereinsmeierei sind bei „Quodlibet“ nicht gefragt“) sowie Kautelen gegen etwaige Leser-Empörung („Mitglieder nehmen wir nur auf Empfehlung eines anderen Mitglieds auf“) ins Blatt.

Prompt fielen die „StN“-Leute herein. Sie druckten auch die erfundene Story einschließlich Vereinssymbol frei nach — zur Freude von „StZ“-Lokalchef Eigel: „Die haben wir schön geleimt.“

Die Geleitmen ergriffen die Flucht nach vorn. Einen Tag nach ihrem Reifall auf den Schwaben-Streich der „Zeitungs“-Leute marschierten sie zum Amtsgericht — um im nachhinein den Verein zu gründen, der bereits beschrieben worden war.

Am gleichen Abend versammelte man sich zur Gründungsversammlung des „Quodlibet Stuttgart e. V.“. Höhepunkt der Veranstaltung: eine Menschengere-Dich-nicht-Partie zwischen „Zeitungs“-Eigel und „Nachrichten“-Schlüter. Gerhard Eigel: „Das Spiel hat Herr Schlüter auch noch verloren.“

## ZEITSCHRIFTEN

„AKUT“

### Zuviel Ladung

Fünf Wochen lang markierte Peter Jordan, 42, Chef vom Dienst des neuen Wissenschafts-Journals „Akut“, in Hamburg letzte Korrekturen auf den Seitenabzügen durch rote Klebmarken mit dem Aufdruck „Änderung“. In der sechsten Woche klebten Jordans rote Zettel auf Türen und Toilettenbrille der „Akut“-Redaktion.

Die Marken-Zeichen signalisierten grundlegenden Wandel bei „Akut“: Die Redaktion der erstmals im Februar erschienenen Monatszeitschrift löste sich im März bereits wieder auf. Seither produzieren die „Akut“-Manager im renommierten Buchverlag Hoffmann und Campe ihr Wissenschaftsblatt ohne Wissenschaftsredakteure.

Donnerstag letzter Woche resignierte auch der Mentor des neuen Objekts, der „Akut“-Herausgeber und Heidelberger Medizin-Professor Hoimar von Ditfurth, 49: „Das ist nicht mehr mein Bier.“

Hatte der Psychiater seinen Lesern zum Blattstart noch hochgemut „Antwort auf unsere Frage nach der Beschaffenheit der Welt“ versprochen, so möchte „Akut“-Verlagsleiter Rüdiger Hildebrandt nun Ditfurths Gebräu

„auf die Hälfte der Substanz“ verdünnen. Der Ditfurth-Kontrahent argwöhnt, die „rein vom Intellekt angesprochenen“ Leser seien durch „Akut“ überfordert. Und Verlagsmanager Michael Ganske, 31, Sohn des „Akut“-Verlegers Kurt Ganske, spricht von einem „Schiff mit zuviel Ladung, das mit seinem Tiefgang die Fahrwinne nicht schafft“.

So schwer befrachtet hatten die „Akut“-Mitarbeiter unter ihrem Chefredakteur Erwin Lausch das Blatt freilich nicht. Die von der Verlagswerbung geweckte Lesererwartung, „unsere Zeit als das faszinierende Abenteuer zu erleben“, erfüllten die neun Textredakteure allenfalls mit ihren Titelbeiträgen (über Aggression, Psychotests und außer Kontrolle geratene Bakterien). Im übrigen mischte sich aktuelle „Akut“-Thematik (etwa über Umweltschäden und Hochschulmisere) mit Populärwissenschaft — die Ditfurth in Heft eins noch als „Zumu-



Erste „Akut“-Ausgabe  
„Kobolz bis in die Heide“

tung“ abgetan hatte, da sie „naturwissenschaftliche Halbbildung“ vermittelte.

Den Themenkatalog ergänzten wohlfeile Belehrung („Was ist ein Hormon?“), Wissenschafts-Historie („Darwin, der revolutionäre Denker“) und bebilderte Volkshochschule („Großer Farbbericht über das Gehirn“).

Nur mäßig auch entwickelte sich die „Akut“-Nachfrage an bundesdeutschen Kiosken. Die Vertriebsabteilung des — mit Hoffmann und Campe verschwisterten — „Jahreszeiten Verlags“ („Für Sie“, „Petra“, „Zuhause“, „Vital“, „Architektur“) konnte die der Werbewirtschaft für deren Inserate zugesagte „Garantie-Auflage“ von 120 000 Exemplaren nur knapp erreichen — mit Hilfe von 25 000 „Akut“-Beilagen in der konzerneigenen Leserkreis-Gruppe „Daheim“.

Gleichwohl hielt Ditfurth Mitte Februar die Zeit für gekommen, sich von Konzernherr Kurt Ganske, 66, zehn neue Planstellen bewilligen zu

lassen, darunter sieben für Textredakteure. Dem Herausgeber war entgangen, daß — offenbar ohne Wissen des Seniors — im Ganske-Management Mißbehagen über „Akut“ aufgekommen war. Verlagsleiter Hildebrandt sinnierte über mehr „Optik und Graphik“. Und schließlich erwog auch Verlegersohn und „Jahreszeiten“-Direktor Michael Ganske („Die Dichte der Informationen im Heft erdrückt sich gegenseitig“), „aus einem „Akut“ zwei zu machen“.

Ditfurth erfuhr davon zunächst ebensowenig wie Chefredakteur Lausch. Dem Redaktionsleiter schwante erst Unheil, als ein von ihm formuliertes Stellenangebot für die bewilligten zehn Mitarbeiter nicht an „Welt“ und „Zeit“ weitergeleitet, sondern von der Personalabteilung zurückgehalten wurde. Hildebrandt hatte das Inserat gestoppt.

Ende Februar gerieten sich in Ditfurths Haus im Hamburger Vorort Ahrensburg leitende „Akut“-Redakteure und Manager in die Haare. Ganske junior und Hildebrandt steuerten offenkundig auf eine Trennung von Chefredakteur Lausch und dessen Textchef Peter Roese zu. Der Verlagsleiter zu Lausch über Management-Pläne, die „Akut“-Texte mit Hilfe von Bildern und Durchschuß zu strecken: „Sie müßten ja drei Kobolze bis in die Lüneburger Heide schlagen, um da noch mitmachen zu können.“

Mitmachen wollte bei dem Blattwandel, zu dem sich die Manager offenbar von Ganskens Publikumsblättern inspirieren ließen, auch der Herausgeber nicht mehr. Ditfurth: „Vielleicht haben die ja recht mit ihrem Konzept, aber dann hätten sie uns das vorher sagen müssen.“ Seine offizielle Rücktrittserklärung verschob der „Akut“-Professor bis zum Donnerstag letzter Woche, um in einer Aussprache mit Altverleger Ganske „faire Regelungen“ (Ditfurth) für alle Mitarbeiter auszuhandeln.

Bis dahin hatten allerdings vier Redakteure schon gekündigt; den Bildungsredakteur Hayo Matthiesen — zunächst als neuer Chefredakteur vorgesehen — feuerte der Verlag nach einem Streit mit Michael Ganske über die Heft-Thematik. Und bis auf zwei saßen schließlich alle „Akut“-Schreiber zu Hause. In der Redaktion mußten Journalisten aus dem „Jahreszeiten Verlag“ einspringen. Hildebrandt, der mit dieser Entwicklung „nicht gerechnet“ hatte, versuchte sich zu arrangieren — so mit Matthiesen, der nun für Hoffmann und Campe ein Sachbuch schreibt.

In die „Akut“-Redaktion will keiner der vergraulten Blattmacher zurückkehren. Lausch, der seit dem Kobolz-Schlag zu Hause auf Nachricht vom Verlag wartet: „Der Vorgang ist mir immer noch ein Rätsel.“

Die Lösung glaubt ein Lausch-Kollege zu kennen. Im zweiten Heft kritisierte „Akut“ Wirtschaftswerbung in Schulzeitschriften — und nannte Namen von „Jahreszeiten“-Inserenten: Unilever, Horten, Köllnflocken. Der „Akut“-Journalist: „Da haben die erst kapiert, was das für eine Zeitschrift ist.“