

ZU MEINEM ÄRGER

Worüber haben Sie sich zuletzt in den Medien so richtig geärgert?

Artenschutzkonferenz in Thailand - und keiner hat's gemerkt. Da treffen sich Menschen aus 190 Ländern, um zwei Wochen lang über die Zukunft unseres Planeten zu beraten und in den deutschen Medien liest und hört man fast nichts darüber. Online ein paar Meldungen, ein kleiner Artikel in dem einen oder anderen Wochenblatt - das war's.

Leider ist die Artenschutzkonferenz damit nicht allein: Umwelt- und Naturschutz sind offensichtlich keine Themen, die interessant genug sind, um daraus eine Nachricht zu machen. Dabei gäbe es jeden Tag Schlagzeilen genug: Wir kaufen Möbel aus Palisander, das illegal in tropischen Nationalparks geschlagen wurde. Wir jetten für ein paar Euro in alle Welt, mokieren uns aber über den steigenden CO₂-Ausstoß der Autofahrer in den Schwellenländern. Im Supermarkt greifen wir guten Gewissens zu den Bio-Tomaten aus Spanien, die den Feuchtgebieten im Land das knappe Wasser entziehen. Wir befürworten neue Autobahnen, die die Fahrtzeit von A nach B um ein

paar Minuten verkürzen - aber Landschaften und Lebensräume für immer zerschneiden.

Diese Liste ließe sich endlos fortsetzen. Berichterstattung darüber gibt's aber nur in Nischen-Medien - ungehört und ungelesen von der breiten Masse.

Ein wenig mehr Umwelt und Natur in den Medien würde unser aller Bewusstsein schärfen für die Auswirkungen unseres Handelns. Klar - die Zusammenhänge sind kompliziert. Aber wer soll sie den Leuten denn erklären, wenn nicht wir Journalisten? Nur bei dem, der informiert ist, klingelt bei Palisander-Möbeln, Billig-Flügen, spanischen Tomaten und neuen Autobahn-Trassen die Alarmglocke. Alle anderen konsumieren fleißig weiter. Tun wir etwas dafür, dass jene mehr und diese immer weniger werden!

An welcher journalistischen Leistung konnten Sie sich jüngst erfreuen?

An einem Trend, der glücklicherweise seit einiger Zeit anhält: Kinder werden in der Medienlandschaft immer stärker ernst genommen und vernünftig informiert. Wie die Nachrichtensendung „Logo“ im KiKa allabendlich die Welt erklärt, ist unterhaltsam, kindgerecht



und professionell. Immer mehr Zeitungen gründen Kinderbeilagen oder Kinderseiten. Natürlich ist auch das letztlich ein Mittel zur Leser-Blatt-Bindung. Aber ein Gutes!

Übrigens: In den Kindernachrichten kommt Umwelt- und Naturschutz noch vor - die Konsumenten von morgen sind glücklicherweise besser informiert als ihre Eltern.

Wie reagieren Sie Ihren Ärger ab?

In der Natur - möglichst weit weg von jeglichen Medien. Und beim Logo-Gucken mit meinen Kindern.

Sixta Görtz,

Freie Journalistin in Ratingen

Alle früheren »Zu meinem Ärger«-Interviews finden Sie im Internet unter www.gkp.de/mitglieder/zu-meinem-aerger

DEUTSCHLAND

Springer: Print vor „Strukturanpassungen“

Klar und ehrgeizig formulierte Vorstandschef Mathias Döpfner auf der Bilanz-Pressekonferenz der Axel Springer AG seine Marschrichtung: „Unser Ziel“, heißt es auf dem ersten Chart, das CEO Mathias Döpfner präsentier-

te, ist es „das führende digitale Medienunternehmen“ zu werden. Mit der aktuellen Bilanz sehen sich die Berliner auf dem besten Weg dorthin. Zudem will man weiter investieren. Allerdings müssen sich die Print-Abteilungen auf „Strukturanpassungen“ einstellen.

Unter dem Oberbegriff Print verstehen die Manager allerdings nicht nur Zeitungen und Zeitschriften, sondern auch die Druckereien. Vor allem bei diesen sieht Döpfner einen besonders

hohen „Anpassungsbedarf“. Dabei nahm Döpfner während der PK bereits das Wort „Sozialpläne“ in den Mund. Einen besonders hohen Stellenabbau innerhalb der Redaktionen werde es laut dem Vorstandschef allerdings nicht geben. Zudem hält er die Einstellung einzelner Publikationen weder für „absehbar noch wahrscheinlich“. Finanzvorstand Lothar Lanz spricht davon, das Print-Segment „wetterfest“ machen zu wollen.