

EXTRA: Das Forum Lokaljournalismus 2011 in Waiblingen

Branchentreff der Lokalzeitungen in Waiblingen

Die neue Architektur des Lokaljournalismus im Blick

Waiblingen (nip).

Drei Tage lang schauen Deutschlands Lokaljournalisten nach Waiblingen. Von heute bis Freitag diskutieren 170 Chefredakteure, leitende Redakteure und namhafte Experten über „Die neue Architektur des Lokaljournalismus“. Dabei geht es vor allem um die Auswirkungen des Internets auf die gedruckte Zeitung.

Veranstalter des 19. Forums Lokaljournalismus ist die Bundeszentrale für politische Bildung. Mitveranstalter und damit verantwortlich für das Rahmenprogramm ist der Zeitungsverlag Waiblingen. Wir freuen uns, Gastgeber eines so hochkarätigen Kongresses zu sein. Wir werden Sie, liebe Leserinnen und Leser, in den kommenden Tagen ausführlich über die Diskussion informieren. Und wir hoffen natürlich auf viele Impulse für unsere Zeitungsbearbeitung.

Den Kongress können Sie auch im Internet verfolgen. Einige Diskussionen werden dort auch live übertragen.

@ www.forum-lokaljournalismus2011.de

Was erwarten Sie vom Forum?

Jörg Riebart, Chefredakteur der Echo-Zeitungen aus Darmstadt: „Persönlichen Reichtum und ewige Jugend – nein, viel profaner. Ich will hören, wie Kollegen mit der Strukturkrise der Zeitungsbranche umgehen. Und vielleicht weiß ja tatsächlich jemand die Antwort auf die Frage, ob wir Lokalzeitungen die falschen Inhalte haben?“



Sandra Daßler, Redakteurin beim Tagesspiegel in Berlin: „Ich freue mich auf die exzellenten Referenten und die Podiumsdiskussion zum Thema Winnenden – weil ich hoffe, dass dann mal wieder ethische Fragen des Journalismus zur Sprache kommen. Am meisten freue ich mich aber auf die Kollegen und die Erfahrungen, die sie in letzter Zeit mit dem Journalismus gesammelt haben – gedruckt, gesendet oder getwittert.“



Horst Seidenfaden, Chefredakteur der Hessischen/Niedersächsischen Allgemeinen aus Kassel: „Was machen andere, was wir nicht machen? Was machen sie besser? Wo können wir lernen – das sind die Fragen, auf die ich Antworten suche. In erster Linie interessieren mich neue crossmediale Konzepte – und möglicherweise Modelle, wie man daraus zusätzliche Umsätze erwirtschaften kann.“



VON ANNETTE MILZ

Wie und wo lernt man Journalismus am besten? Selten sind sich Medienmacher so einig wie in der Antwort auf jene Frage: „In einer lebhaften, guten Lokalredaktion“, rät „Focus“-Chefredakteur Wolfram Weimer ebenso wie „Spiegel Online“-Chef Rüdiger Dietz. Oder auch Ines Pohl, Chefredakteurin der „taz“ (Berlin), die argumentiert: „In einer Lokalredaktion, in der man jeden Morgen beim Brötchenkauf nicht nur mit seinen Beiträgen, sondern auch mit dem, was man nicht geschrieben hat, konfrontiert wird.“

Eben. Genau das macht den Reiz des Lokaljournalismus aus – und, zugegeben, manchmal auch die Reizbarkeit seiner Vertreter: Nirgends ist der Journalist näher an seinen Adressaten als im Lokalen. Die Nähe zu seinen Lesern ist Aufgabe, Chance und Herausforderung zugleich – heute mehr denn je.

333 lokale und regionale Abonnementzeitungen produzierten hierzulande 2010 mit rund 1500 Lokalredaktionen täglich über 14 Millionen gedruckte Ausgaben – eine geradezu einzigartige Vielfalt, weltweit. Und je größer das „globale Dorf“, in dem jeder zu jeder Zeit vernetzt kommunizieren kann, desto wichtiger wird die verlässliche Information gerade vor der eigenen Haustür. Meinungsumfragen bestätigen dieses Bedürfnis: 82 Prozent der Bundesbürger schätzen die Zeitung als das mit Abstand wichtigste Medium für die Information über den eigenen Wohnort und die nähere Umgebung, und fast 60 Prozent der Deutschen greifen täglich zu „ihrer Lokal-Zeitung“.

Das sind eindrucksvolle Zahlen. Doch sie dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Lokaljournalismus vor, besser gesagt mitten in einem fundamentalen gesellschaftlichen Wandel steht: dem Wandel der Kommunikation durch das Internet – die größte Revolution der Informationskultur seit Erfindung des Buchdrucks. Nie zuvor gab es so viele öffentliche Mitteilungsmöglichkeiten für jedermann – unabhängig von Bildungsgrad und Einkommen. Allein die explosionsartige Entwicklung des sozialen Netzwerks Facebook spricht Bände: Ein Jahr nach seiner Gründung zählte es bereits 200 Millionen Mitglieder weltweit, Ende 2010 waren es 580 Millionen, davon allein in Deutschland rund 15 Millionen. Gleichzeitig wird das Internet immer lokaler – dank mobiler Endgeräte wie Smartphones. „Local basierte Dienste“ boomen im Web.

Die neuen Medien verändern die Rolle des Lokal-Journalismus und stärken sie zugleich – vorausgesetzt, Lokalredaktionen begreifen den technischen Wandel als Chance und nicht als Bedrohung. Der Wandel lässt sich an drei Herausforderungen festmachen:

Herausforderung 1: Plattformen wechseln, Inhalte zählen

Nähe ist Trumpf: Gute Lokaljournalisten müssen dort sein, wo ihre Leser sind, auf der Straße oder im Internet, in Bürgerforen oder Blogs. Egal auf welcher Plattform – Print oder Internet – berichtet wird: Entscheidend sind die Inhalte. Diese werden, im Zeitalter der Echtzeit-Information von Twitter & Co., jedoch zunehmend durch die Geschwindigkeit der Vermittlung beein-

Nähe ist Trumpf

Was Lokaljournalismus heute leisten sollte



Ein guter Lokaljournalist geht immer ganz nah ran, stürzt sich mitten rein ins Getümmel und interessiert sich für alles – seien es Punk-Konzerte, Polit-Skandale oder Blumenwunder. Das Bild zeigt unseren Redakteur Bernd Klopfer bei der investigativen Recherche im Begonien-Haus. Rechts: Simon Hayler, Chef von „Hayler Begonien“ in Endersbach.

flusst. Tempo ist aber kein Wert an sich. Es geht heute mehr denn je darum, Anker zu werfen im Meer der Nachrichten – ob auf gedrucktem Papier oder dem Computerbildschirm. Je mehr „News“ über alle möglichen Kanäle fluten, desto wichtiger werden die Verlässlichkeit, Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit, die über den Wert jeglicher Meldung und Meinung entscheiden.



Annette Milz ist Chefredakteurin von „Medium – Magazin für Journalisten“, Frankfurt/Main

Das bedeutet im Zweifelsfall auch die Fähigkeit zum Verzicht: Die Korrektheit einer Information muss stets Vorrang vor der Schnelligkeit haben. Wer das missachtet, setzt das wichtigste Gut des Journalismus, die Glaubwürdigkeit, aufs Spiel.

Herausforderung 2: Klassische Tugenden sind gefragt

Der Journalist ist nicht länger der „Gatekeeper“ von Informationen, der allein darüber entscheidet, welche Nachrichten an die Öffentlichkeit geraten und welche nicht. Doch der Kern der journalistischen Aufgaben bleibt unverändert: Informationen zu beschaffen, sie zu verifizieren, zu werten und in Zusammenhänge einzuordnen, Missstände beim Namen zu nennen, Sprachrohr vor allem für die Sprachlosen zu sein. Lokaljournalist im besten Sinne ist Chronist der örtlichen Geschichte und Geschichten, Mittler zwischen Klientelinteressen und Kalkül, im Streitfall auch Schiedsrichter durch unabhängige Meinungsbildung. Über 80 Prozent der Leserinnen und Leser von Tageszeitungen nutzen in erster Linie den Lokalteil und halten sich allein deshalb eine Zeitung. Darin steckt nicht nur ein gewaltiges Potenzial, sondern auch eine große Verantwortung für das demokratische Gemeinwesen – wie gerade in jüngster Zeit die Diskussionen um „Stuttgart 21“ zeigten. Selbstkritisch müssen sich nicht nur dort Journalisten fragen, welche Versäumnisse

zuvor in der Berichterstattung geschehen sind, dass es zu einer solchen Wucht der Auseinandersetzungen kommen konnte, in denen immer wieder eins deutlich wurde: Das Gefühl der Bürger, nicht ausreichend informiert und ernst genommen zu werden.

Herausforderung 3: Lernbereitschaft wird unverzichtbar

Manches – allen voran die Wächterfunktion – sollte sich nicht ändern im Journalismus, die Arbeitsweisen werden das aber müssen. Moderner Journalismus, erst recht im Lokalen, ist längst keine Einbahnstraße mehr. Wo Leser immer mehr zu „Usern“ werden, brauchen Journalisten wie Verleger Offenheit und Lernbereitschaft für die Möglichkeiten im digitalen Zeitalter. Social Media beispielsweise eröffnen gerade im Lokalen neue Wege zu Lesern, die darüber sogar die gedruckte Zeitung neu entdecken können. Zur Berichterstattungspflicht wächst dem Moderieren unterschiedlicher, oft widerstrebbender Anliegen im Lokalen immer mehr Bedeutung zu.

Das 19. Forum Lokaljournalismus, das die Bundeszentrale für Politische Bildung von heute bis Freitag in Waiblingen veranstaltet, wird diese Herausforderungen ins Blickfeld rücken. Das Ziel eint nicht nur die Teilnehmer: Guter Lokaljournalismus, der kritische Distanz bewahrt und zugleich Nähe zum Leser schafft.

Das Rückgrat der demokratischen Öffentlichkeit

Der Lokaljournalismus ist und bleibt wichtig – und sollte den Dialog mit den Lesern wagen, findet Thomas Krüger

Der Lokaljournalismus ist „das publizistische Rückgrat der demokratischen Öffentlichkeit“. Ein Gespräch mit Thomas Krüger, dem Präsidenten der Bundeszentrale für politische Bildung.

Das Lokaljournalistenprogramm der Bundeszentrale für politische Bildung wird 40 Jahre: Wie arbeiten politische Bildung und Journalismus zusammen?

Lokaljournalismus ist und bleibt als publizistisches Rückgrat der demokratischen Öffentlichkeit unersetzlich. Die zentrale Aufgabe der politischen Bildung ist die Stärkung der Demokratie. In diesem Sinne versuchen wir seit nunmehr 40 Jahren mit dem Lokaljournalistenprogramm einen kleinen Beitrag zur Stärkung dieses Rückgrates zu leisten. Das Lokaljournalistenprogramm der Bundeszentrale für politische Bildung umfasst Service für Redaktionen, Weiterbildung für Praktiker, Angebote fürs Lokale. Wir organisieren Workshops, bieten eine Website für Hörfunken (www.hoerfunken.de) und präsentieren mit der „Drehscheibe“ monatlich die besten Geschichten und Ideen aus deutschen Lokalredaktionen. Zudem bieten unser Onlineangebot und die zahlreichen bpb-Publikationen ein Wissensarchiv für gute Berichterstattung und Studienreisen nach Israel und Mittel- und

Osteuropa für viele Journalisten die Chance, direkt vor Ort die politische und gesellschaftliche Situation kennenzulernen. Für unser Angebot im Umkehrschluss sind die besonderen Akzente des Lokaljournalismus immer wieder wichtig. Er liefert politischer Bildungsarbeit Themen, die wir nicht sehen, die sich aber in guter journalistischer Arbeit durchsetzen. Für uns ist das ein Hinweis, wo wir Blindstellen haben.

Stichwort Stuttgart 21 – welche Rolle spielen die Medien in der Kontroverse?

Die Lokalpresse – das hat vor allem die Debatte um Stuttgart 21 verdeutlicht – muss wieder mehr am Puls der Bürger sein und Volkes Stimme lauschen, wenn sie ihre Rolle als Kompass und Navigator behaupten will. An Stuttgart 21 hat sich letztlich gezeigt, welche überregionale Dynamik ein lokales Geschehen entwickeln kann – und das begreife ich als großartige Perspektive für einen Lokaljournalismus, der bürgernah und interaktiv sein will. Wenn es gelingt, solche notwendigen Diskussionsprozesse noch stärker anzustoßen und soziale Bewegungen zur Zufriedenheit möglichst vieler Bürger zu moderieren, sind wir vielleicht schon auf dem goldrichtigen Weg.

Einige Zeitungen öffnen sich ganz bewusst den Lesern, suchen den Dialog. Ist das die Zukunft?

Ganz sicher. Lokaljournalisten müssen künftig nicht nur für ihr Publikum denken und arbeiten, sondern mit ihm in einen konstruktiven Dialog treten. Lokal- und Regionalzeitungen müssen und werden ihre Leserinnen und Leser stärker einbeziehen. Der Dialog ist das A und O, um herauszufinden, was das Publikum eigentlich möchte. Für den Leser ist es wichtig, dass er ernst genommen wird und in seiner Lokalzeitung einen Anwalt und Verbündeten weiß.

Also machen in Zukunft Leserinnen und Leser die Zeitung?

Das Fundament der Lokalzeitungen bilden nach wie vor diejenigen Journalisten, die mit Herz und Verstand ihrer täglichen Arbeit nachgehen, indem sie solide recherchieren, hartnäckig prüfen, kritisch auswählen, glasklar analysieren und intelligent kommentieren. Nur mit dem vollen Einsatz dieser Stärken wird der lokale Zeitungsjournalismus überleben können. Denn ohne professionelle Journalisten gäbe es schlicht keine verlässliche Öffentlichkeit, sondern es herrschten Nachrichtenchaos und Informationswillkür.

Motto des 19. Forums Lokaljournalismus der bpb in Waiblingen ist „Kommunikation der Zukunft: Die neue Architektur des Lokaljournalismus“. Wie sieht sie aus, die neue Architektur?

Es gilt, dass wir alle die Architektur des Lokal-Journalismus neu zu planen beginnen: Zum einen müssen die Verlagsmanager bereit sein, in den Spiegel zu schauen und sich zu fragen, wie sie unter sich verschlechternden wirtschaftlichen Bedingungen trotzdem journalistische Qualität aufrechterhalten oder gar verbessern können. Zum zweiten sollten sich die Chefredakteure und ihre Lokaljournalisten stärker von der Aufbruch-

stimmung im Netz anstecken lassen, indem sie spannende hyperlokale Angebote entwickeln, Social-Media-Anwendungen in ihre tägliche Arbeit einbinden oder sich direkt aus der praxisnahen Ausbildung an Hochschulen und in den Verlagen ihre jungen Zielgruppen ins Haus holen, um gemeinsam mit Journalistenschülern und Studenten an innovativen Projekten zu experimentieren. Zum dritten sollten wir als demokratische Gesellschaft nicht mehr über Unsinn und Unwert des Journalismus streiten, sondern seinen Wert, vor allem auch den Wert des Lokaljournalismus, neu zu schätzen lernen.

Wie machen sich Redaktionen fit für eine neue Architektur des Lokaljournalismus?

Professionalität zeichnet sich dadurch aus, dass sie sich infrage stellen lässt. Nur wer sich selbst infrage stellt, das sehen wir auch in der politischen Bildung, wird auf neue Ideen kommen und neue Impulse setzen können. Hier hilft Benchmarking, sich umsehen, was die anderen machen und dadurch die Qualität verbessern. Hier hilft zum Beispiel unser Angebot Drehscheibe. Sie bietet einen weiten Blick auf Lokalredaktionen und ihre Arbeit. Schließlich geben wir mit dem Forum Lokaljournalismus seit 19 Jahren wichtige Impulse, indem wir mit Journalistinnen und Journalisten über die Zukunft der Zeitung und die Zeitung der Zukunft diskutieren.



Thomas Krüger ist Präsident der Bundeszentrale für politische Bildung

EXTRA: Das Forum Lokaljournalismus 2011 in Waiblingen

Was wollen Sie lernen?

Forumsteilnehmer, Teil zwei

Waiblingen (bkl). Journalisten aus allen Winkeln Deutschlands sind von heute an in Waiblingen zu Gast. Unsere Zeitung hat einige von ihnen im Vorfeld des Kongresses gefragt, was sie vom Forum Lokaljournalismus erwarten.

Ulrike Trampus, Chefredakteurin der Ludwigsburger Kreiszeitung: „Das Lokaljournalistenforum ist für mich immer eine gute Austauschbörse. Hier kann ich mit Kollegen über Fragen sprechen, die uns auch bei der Ludwigsburger Kreiszeitung beschäftigen. Allerdings wurde auf den Podien in den vergangenen Jahren meist nur um die Antworten herumdiskutiert. Für die Veranstaltung in Waiblingen hoffe ich, dass wir diese Phase nun überwinden haben und vom Vagen zum Konkreten kommen.“



Ulrike Trampus.

Wilhelm Klümper, stellvertretender Chefredakteur der WAZ aus Essen: „Die radikalen Umbrüche in der Medienwelt sind nur mit beherrschten, flexiblen Vollblutjournalisten zu stemmen. Wie schaffen wir es, in unseren Redaktionen die Lust auf Zukunft und Innovation zu organisieren? Wie schaffen wir es, dass unsere Mitarbeiter den unbedingten Willen zur exklusiven, investigativen Geschichte (es dürfen ruhig mehr Skandale aufgedeckt werden) haben? Wie schaffen wir es, dass unsere Redakteure ohne Political-Correctness-Brille mit unverstelltem Blick die Wirklichkeit betrachten und darüber schreiben?“



Wilhelm Klümper

Jana Klameth, Leiterin der Regionalredaktion Sächsischen Schweiz/Osterzgebirge bei der Sächsischen Zeitung: „Quo vadis Lokaljournalismus – diese Frage treibt zurzeit viele Redaktionen um. Da den einen oder anderen Tipp zu erhalten, von den Erfahrungen anderer zu lernen, dazu ist das Forum Lokaljournalismus immer gut. Oft dreht sich heute in den Diskussionen viel um die Crossmedialität, die



Jana Klameth

Information der Leser über alle Kanäle. Das ist mit Sicherheit richtig und wichtig. Dennoch sollten wir die Ur-Tugenden des Journalismus, die Recherche, nicht vergessen. Deshalb bin ich froh, dass bei diesem Treffen auch diese Fragen beleuchtet werden. Christine Kröger vom Weser-Kurier wird zum Beispiel das neue Ressort „Ausbildung und Recherche“ vorstellen. Und Andreas Tyrock, Chefredakteur des Bonner General-Anzeigers, überlegt, ob das Aufbegehren der Bürger wie bei Stuttgart 21 auch eine Chance für den Lokaljournalismus ist. Ich bin gespannt.“

Ralf Freitag, Chefredakteur des Delmenhorster Kreisblatts: „Für mich als Chefredakteur des Delmenhorster Kreisblattes ist die Teilnahme am 19. „Forum Lokaljournalismus“ in diesem Jahr besonders wichtig. Wir planen als kleine, familiengeführte Zeitung, erstmals seit 1945 den überregionalen Teil selbst zu produzieren und die „großen“ Themen konsequent mit dem Lokalen zu verknüpfen. Da passen Foren wie „Lokalredaktion 2011 – Haben Lokalzeitungen die falschen Apps und Inhalte?“ wie die Faust aufs Auge. Denn genau mit dieser Frage beschäftigen wir uns in unserem Verlag seit Sommer vergangenen Jahres und entwickeln daraus gerade neue Berichterstattungsstrategien. Neben den Podien hilft da natürlich immer auch der Austausch mit anderen Kollegen.“



Ralf Freitag

Sven Gösmann, Chefredakteur der Rheinischen Post aus Düsseldorf: „Ich will bei diesem Waiblinger Forum Lokaljournalismus vor allem eines lernen, lernen, lernen. Zum Beispiel: Was machen andere Zeitungen im Lokalen gut und nachahmenswert? Wie binden sie ihre Leser ans Blatt? Welche Formate im Printbereich, Online und für die Apps können wir für uns übernehmen?“



Sven Gösmann.

Waiblingen inspiriert sich selbst

Die Fachwerkstadt traut sich, modern zu sein – und hat trotzdem ein grünes Gewissen

VON UNSEREM REDAKTIONSMITGLIED
BERND KLOPPER

Waiblingen. Sind Sie auf einem Weihnachtsmarkt schon mal Ski-Gondel gefahren? In Waiblingen kann man das, bis zu 60 Meter geht's da in die Luft. Ausgefallen? Ja, diese Stadt betört nicht nur mit ihrem Fachwerk. Die Liebeserklärung eines Bayern an seine Wahlheimat.

Stellen Sie das Auto am besten schnell ab. Die Waiblinger Ampeln schalten etwas anders, als man es sich hinter dem Steuer wünscht. Das ist pure Absicht: Hier soll man einfach aussteigen. Und jetzt darf sich das Autofahrer-Herz gleich wieder freuen: Stellplätze gibt es in Waiblingen genug. Die Preise sind passabel, Schnelleinkäufer werden sogar mit Gratis-Parken belohnt.

Ich parke am liebsten in der Marktgasse – ein Einkaufs- und Dienstleistungszentrum mitten in der Altstadt. Eigentlich führt so ein neuer Betonklotz in historisch sensibler Umgebung ja immer zum ästhetischen GAU. Aber die Marktgasse fügt sich elegant ins Gebäude-Ensemble. Wer's nicht glaubt, soll selbst gucken. Es ist nur eines von vielen Beispielen, das zeigt: Waiblingen lebt nicht nur von den Schätzen der Vergangenheit. Diese Stadt inspiriert sich immer wieder selbst. Vorwärts und rückwärts – aber immer mit Stil. Hier sind Schaffer am Werk, die sich etwas Neues trauen. Nur so bleibt eine Stadt am Leben – und wird kein Museum. Dazu haben die Waiblinger ihre Oasen – inklusive grünem Gewissen.

Wer mittendrin Erholung sucht, der geht einfach in die Talau. Ganz zentral lässt sich hier entspannen. Hier leben Fledermäuse, die abends ihre Flugkünste zeigen. Die Stadt hat extra Dutzende Kästen für die kleinen Vampire aufgestellt. Der Talauen-see, der so aussieht, als ob er schon seit Jahrtausenden besteht, ist das junge Werk der Waiblinger. Für 1,5 Millionen Mark sind hier einst vor 20 Jahren 30 000 Kubikmeter Erde ausgehoben worden.

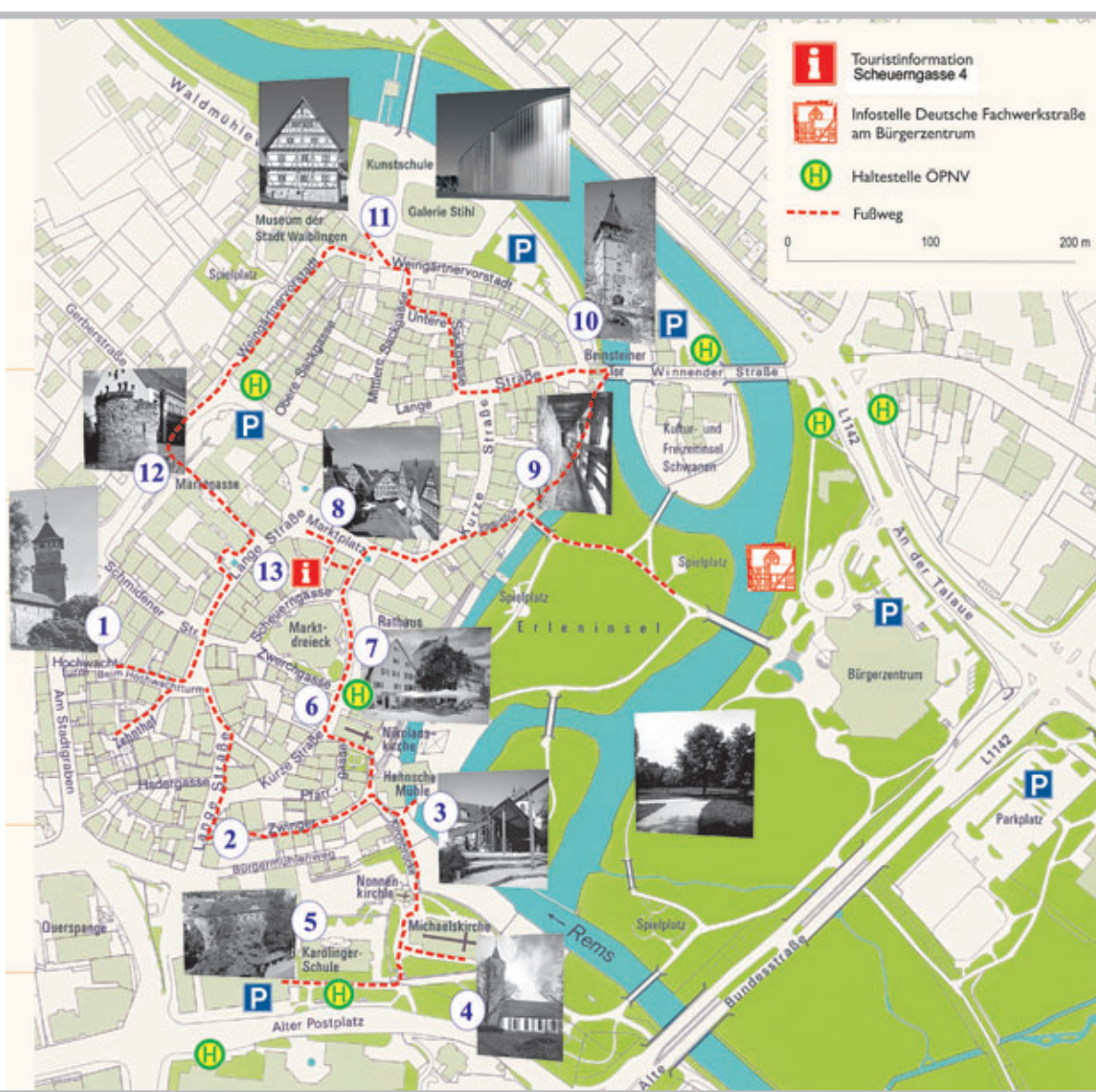
Das Bürgerzentrum neben dem Talauen-see stört die Idylle nicht. Der moderne Bau fügt sich elegant in die Landschaft ein. Wen es zur Kultur zieht, der kann vor und nach einem Konzert oder einer Lesung durchs Grün flanieren. Persönlichkeiten des Showgeschäfts wie Schauspieler Hannelore Elsner, Musiker Max Raabe oder Tänzer Eric Gauthier sind zuletzt hier gewesen. Kabarettist Christoph Sonntag und Opern-Weltstar Melanie Diener, zwei Waiblinger Eigengewächse, schauen ebenfalls hin und wieder im „Büze“ vorbei.

Bei aller Liebe für die Kultur kommt die Natur nicht zu kurz. Davon profitiert auch der Talauen-see: Angeln und Baden sind dort verboten. Nur Gucken, nicht anfassen. In Waiblingen denkt die Verwaltung nicht nur an den Menschen – und die Tierwelt dankt's.

Altstadt - Spaziergang

- 1 Hochwachturm und Zehnthof
- 2 Torwarthaus und Zwinger
- 3 Bürgermühle
- 4 Michaelskirche und Nonnenkirche
- 5 Alter Postplatz und Karolingerschule
- 6 Nikolauskirche
- 7 Rathaus, Schlosskeller und Marktdreieck
- 8 Marktplatz
- 9 Bädertörle und Mauergang
- 10 Beinsteiner Torturm
- 11 Museum, Galerie und Kunstschule
- 12 Marktgasse
- 13 Lange Straße

Quelle: WTM



Sogar eine Fischtreppe soll's demnächst für die Rems geben. Vorstellen muss man sich das Ganze wie eine Art Umgehungsrinne vorbei am Wehr – damit die Tiere wieder stromaufwärts schwimmen können. Mein persönlicher Lieblingsplatz ist das Gehege der schottischen Hochlandrinder und eines Esels in der Talau. Der Mini-Tierpark wird ehrenamtlich betrieben – und dient der natürlichen Beweidung. Das spart den städtischen Rasenmäher.

Noch ein Wahrzeichen, das nicht zu übersehen ist: der Hochwachturm. Er steht auf dem höchsten Punkt der Stadt und gehört zu den wenigen Bauten, die noch aus dem Mittelalter erhalten sind. Hier hat von 1953 bis 1957 sogar eine sechsköpfige Familie gelebt, verteilt auf fünf Stockwerke. Die Stadt hat so spontan die Wohnungsnot gelindert. Ob das heute noch drin wäre? Wer weiß: In Waiblingen ist nichts unmöglich. Die können hier wirklich alles. Sogar Hochdeutsch.

Galerie-Nische klug besetzt

Die Museumslandschaft in der Region Stuttgart ist gut besetzt, und doch hat Waiblingen eine Nische gefunden. Und stark ausgebaut. Zwei Millionen Euro gab die Eva-Mayr-Stuhl-Stiftung, günstige 5,5 Millionen Euro haben dann die beiden Bauten Kunstschauroom und Kunstschule gekostet. Dafür gab es Bauten aus dem Büro des Stuttgarter Architekten Hartwig Schneider, die radikal genug sind in ihrer Reduktion auf das Wesentliche, um Architekturreise auf sich zu ziehen. Und gleichzeitig der Kunst und dem Kunstmachen dienen. Die Praxis seit Mitte 2008 zeigt es, die Ausstellungsmacher kommen gut mit der lichten Halle klar. Auch wenn

für den Ausstellungsschwerpunkt „Arbeiten auf Papier“ das Tageslicht manchmal gedimmt werden muss. **Der Auftakt mit William Turner und Rembrandt brachte wirklich große Namen nach Waiblingen.** Satiriker wie Wilhelm Busch und F. K. Waechter zeigen, dass der Witz gerade im kleinen Format stecken kann. Und die aktuelle Schau mit Designobjekten zu „Einrichten und Leben in Karton“ erweitert auf kluge Weise das Thema Papier. Es bringt viel soziale Wirklichkeit in den sonst für höhere Sphären verdächtigen Showroom. Gleich am Eingang lehnt die Pappe an der Wand, mit der Wohnsitzlose Platte machen. (no).

Stihl-Gewinn: Immer „zufriedenstellend“

Waiblingens größter Arbeitgeber

VON UNSEREM REDAKTIONSMITGLIED
MARTIN WINTERLING

„Zufriedenstellend.“ So lautet die immer gleiche Antwort bei Stihl-Presskonferenzen auf die Frage nach dem Gewinn. Seit Jahrzehnten. Das nennt man dann wohl „typisch schwäbisch“.

Die Andreas Stihl AG & Co. KG ist und bleibt ein Familienunternehmen. Hans Peter Stihl, 78, hält nicht nur im Hintergrund die Fäden zusammen, sondern ist auch persönlich haftender Gesellschafter des Weltkonzerns, der über zwei Milliarden Euro Umsatz im Jahr ausweist, fast 11 000 Beschäftigte hat und mehr als 30 Vertriebsgesellschaften weltweit. In manchen Dingen ist der weltgrößte Hersteller von Motorsägen durchaus ein schwäbischer Mittelständler geblieben.

Die Jubilare feiern für langjährige Mitarbeiter werden nach wie vor anekdotenreich zelebriert. Wer 40 Jahre bei Stihl geschafft hat, hat etwas erlebt. Seniorchef Hans Peter Stihl erzählt über jeden einzelnen Altgeldigen Geschichten und Erlebnisse, die weit über die beruflichen Wegmarken hinausgehen; zum Beispiel jenen legendären Lehrlingstreich, bei dem das Moped eines Meisters in der Rems landete.

Stihl positionierte sich mit der orangefarbenen Marke schon weltweit, als von Globalisierung noch keine Rede war. Früh begann Stihl, in den Märkten zu produzieren, in denen er seine Motorsägen hauptsächlich verkaufte. Das Unternehmen weist alle Merkmale eines „Hidden Champion“ auf, so auch die Fokussierung auf ein Kernprodukt, die Säge mit dem Zweitaktmotor. Längst aber ist das Spektrum auf Motorgeräte von der Sichel bis zum Trennschleifer erweitert und ergänzt worden von Reinigungsgeräten,

Fanartikeln oder neuerdings Elektrosägen und -geräten mit Akku.

1998 haben Hans Peter Stihl und seine Schwester Eva Mayr-Stihl, die seit Jahr und Tag ein – stets verräuchtes – Büro teilen, die Weichen für den Generationswechsel gestellt. An der Spitze musste nicht unbedingt ein Stihl stehen, ein familienfremdes Management sollte Stihl ins 21. Jahrhundert führen. 2002, Hans Peter Stihl war 70, bekam das 1926 gegründete Unternehmen erst seinen dritten Chef. Bertram Kandziora, der nach Harald Joos' kurzem Intermezzo 2003 zum Vorstandsvorsitzenden aufrückte, steht in mancher Hinsicht in Stihl'scher Tradition. Er ist wie Firmengründer Andreas Stihl und sein Sohn Hans Peter von Haus aus Ingenieur – und ebenso einsilbig wie seine Vorgänger, was die Ertragslage betrifft: „Zufriedenstellend“.

Als um die Jahrhundertwende viele Firmen dem Zeitgeist gehorchend an die Börse gingen, stand das bei Stihl nie zur Debatte. Warum auch? Frisches Kapital braucht das Unternehmen keins. Eine Eigenkapitalquote von über 60 Prozent spricht Bände. Schon seit den 80er Jahren hat Stihl seine Mitarbeiter am Unternehmen beteiligt. Und 2009, mitten in der Finanz- und Wirtschaftskrise, als Stihl erstmals einen Umsatzrückgang hinnehmen musste, hat die Firma den rund 2900 deutschen Mitarbeitern eine Beschäftigungssicherung bis 2015 gegeben und Produktionslinien aus dem Ausland nach Waiblingen zurückverlagert.

2012 steht eine weitere Weichenstellung an: Dr. Nikolas Stihl, Sohn von Hans Peter, derzeit Geschäftsführer beim Gartengerät Hersteller Viking in Österreich, übernimmt den Vorsitz des Beirates der Stihl-Holding. Vermutlich werden auch in dritter Generation die Gewinne „zufriedenstellend“ bleiben.

VON BERTHOLD L. FLÖPER

Der Lokalteil ist das Herzstück der Tageszeitung. Lokales hat Konjunktur und damit auch Lokaljournalismus. „All business is local“ – heißt es auch in der Globalisierung. Die wichtigste Aufgabe der Lokaljournalisten ist es, die Bürger zu informieren – so gut und umfassend, dass sie vor Ort politisch mitentscheiden können. Vieles ändert sich, manches wird infrage gestellt. Auf Redakteure, freie Journalisten, Volontäre kommen heute ganz neue Herausforderungen im Lokalen zu. Theoretische Antworten helfen dabei nur bedingt weiter. „Try and error“ wird zum Slogan des global-lokalen Redaktions-Alltags. Patentrezepte gibt es nicht: Es darf experimentiert werden. Bei allen Veränderungen aber bleiben die Fragen: Was wollen die Leser/innen? Was verlangen sie von ihrer Tageszeitung? Was können Journalist/innen leisten? Ändert sich ihr Auftrag? Wie können sie ihrem Informations- und Orientierungsauftrag in der demokratischen Gesellschaft noch gerecht werden?

Die Bundeszentrale für politische Bildung hat Anfang der 70er Jahre das Lokaljournalistenprogramm ins Leben gerufen. Seitdem diskutierten bereits Tausende Redakteur/innen in Modellseminaren und Workshops, wie sie eine bessere Lokalzeitung anbieten könnten. Die besten Köpfe aus etlichen Lokalredaktionen schrieben das „ABC des Journalismus“, das in sechs Auflagen erschien und zum Klassiker wurde. Die Reihe „Themen und Materialien“ bietet in acht Bänden Beispiele und Debatten über: Pressefreiheit, Parteien, Wahlen, Ausländer, Umwelt, Modelle für morgen, Wirtschaft, Geschichte. Der Mediendienst „drehscheibe“, er wird in diesem Jahr 30 Jahre alt, erscheint monatlich mit herausragenden Geschichten und Kon-

Nur wer sich ändert, bleibt sich treu

40 Jahre Lokaljournalistenprogramm

zepten zum Nachmachen aus deutschsprachigen Lokalteilen. So ist ein Netzwerk für die 1500 Lokalredaktionen und rund 300 Tageszeitungen aufgebaut worden, das die Qualität im Journalismus fördert und sichert. Fünf Punkte machen die Qualität des neuen Lokaljournalismus aus:

■ Die Redakteur/innen gehen auf Augenhöhe mit ihren Lesern, sie heben die Themen der Bürger ins Blatt – und nicht nur die Verlautbarung der Honoratioren.

■ Sie moderieren das Gespräch der Bürger und bringen viele Meinungen ins Blatt, das so zum Forum wird – wie früher der Marktplatz, auf dem sich die Leute trafen. Im umfangreichen Leserbrief-Teil oder in Internetforen kehrt sogar ein wenig Anarchie ein: das Gegenteil einer formierten Meinungseinfalt.

■ Sie schauen den Mächtigen auf die Finger, denn die Qualität der Lokalzeitung ist mitentscheidend für die Qualität der Demokratie. Lokaljournalisten dienen ihren Lesern als Treuhänder – sie bringen unverzüglich alle, wirklich alle Nachrichten, die ihre Leser erwarten, sie erklären die Zusammenhänge und kommentieren sie.

■ Sie sind das Gedächtnis einer Stadt. Sie graben die alten Geschichten wieder aus und fragen, was aus den Versprechungen der Politiker geworden ist. Sie rufen Geschichte ins Bewusstsein, sei es aus dem Dritten Reich oder der Stasi-Ära im Osten – aber aus der alltäglichen Perspektive, nicht aus der abgehobenen von Historikern.

■ Sie unterhalten ihr Publikum, denn eine Stadt braucht Gesprächsstoff, Klatsch: Die Zeitung sei „das Medium für die zivilisierte Polis“, schreibt Neil Postman, das Fernsehen das Medium für die vereinsamten Menschen. So braucht die Lokalzeitung die Öffentlichkeit, und gleichzeitig stellt sie sie her. Denn nur wer noch mitreden will, interessiert sich für die Demokratie in der Stadt.