

Gewerkschaften in den Massenmedien

Jürgen Prott

In den Gewerkschaften hat sich in jüngster Zeit eine allgemeine Medienschelte ausgebreitet. Ihre Repräsentanten fühlen sich durch Presse, Funk und Fernsehen häufig missachtet und diskriminiert. Dieser Beitrag konfrontiert pauschale Vorwürfe mit Erkenntnissen über den Strukturwandel des Mediensystems und neueren empirischen Befunden zu einem problematischen Verhältnis. Mit dem Nachweis widersprüchlicher Zusammenhänge plädiert er für eine differenziertere Betrachtung.

1

Gewerkschaften beobachten die Massenmedien

In Frankreich ist alles anders. Mit ihren 1,9 Mio. Mitgliedern organisieren die zersplitterten französischen Gewerkschaften zwar nur 8,2 % der Beschäftigten, verfügen aber gleichzeitig im Unterschied zu ihren deutschen Partnerorganisationen über ein beachtliches Mobilisierungspotenzial. Ihre Demonstrationen gegen Arbeitszeitverlängerungen und zum Erhalt der 35-Stunden-Woche zu Beginn des Jahres 2005 waren nicht nur von massenhafter Beteiligung getragen, sie stießen auch auf allgemeine Zustimmung in der Bevölkerung. „Als im Januar die Beamten streikten, äußerten 65 % ihrer Landsleute ‚Sympathie‘ für die Bewegung. Journalisten, die in jenen Tagen Umfragen ... machten, hatten Probleme, Leute zu finden, die bereit waren, die soziale Bewegung zu kritisieren“ (Hahn 2005, S. 3).

Hierzulande können sich die Gewerkschaften nicht auf eine vergleichbare öffentliche Zustimmung stützen. Einer repräsentativen Befragung von 2.235 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern¹ im Auftrag des DGB im Jahr 2002 zufolge, werfen mehr als die Hälfte der Nichtmitglieder den Gewerkschaften vor, „schwerfällige und veraltete Organisationen“ zu sein (Prott 2003, S. 175). Für das Jahr 2002 hatte das DGB-Trendbarometer nachgewiesen, dass die Hälfte der Befragten den Gewerkschaften bescheinigte, sie seien „in der Öffentlichkeit sehr angesehen“. Im Frühjahr 2004 schlossen sich nur noch 41 % dieser Ansicht an (Becker 2005, S. 16). Viele Menschen stehen den Gewerkschaften prinzipiell gleichgültig bis ablehnend gegenüber. Ihr Urteil ist maßgeblich von dem Erscheinungsbild beeinflusst, das ihnen die Massenmedien vermitteln. In

einer breit angelegten Untersuchung über Vertrauensleute in der IG Metall wurde unter anderem herausgefunden, dass 55,3 % von ihnen im Verlauf von Tarifrunden die Berichterstattung in Radio und Fernsehen als „gewerkschaftsfeindlich“ beurteilen (Hemsteg-von Fintel 2002, S. 714).

Zahlreiche zugespitzte Äußerungen von Gewerkschaftern und ihnen nahestehenden Journalisten aus der letzten Zeit erwecken den Eindruck, als habe sich das Mediensystem gegen die Arbeitnehmerbewegung verschworen. Die Massenmedien fungieren demzufolge weniger als allgemein zugängliche Foren der Öffentlichkeit mit dem Anspruch auf ausgewogene und faire Informationsvermittlung, sondern sie profilieren sich quasi als Büttel des Kapitals. Georgios Arwanitidis, Pressesprecher der IG Metall, hat beobachtet, dass die „Stimmungsmache gegen die Gewerkschaften“ in der jüngsten Zeit „unerträgliche Ausmaße“ angenommen hat (Arwanitidis 2004, S. 181). Als Beispiel führt er unter anderem die Diskreditierung von Jürgen Peters als „Organisationsstalinisten“ durch „Die Zeit“ sowie die „von den Medien erfundene“ Differenzierung von „Modernisierern“ und „Traditionalisten“ im Funktionärskörper der IG Metall an. Vor allem im Jahr 2003 war die Berichterstattung in den Medien seiner Beobachtung nach von einer „bedrückenden Uniformität“ gekennzeichnet. Gefährlich an dieser Entwicklung sei, „dass es keine einzige wahrnehmbare journalistische Stimme gab, die sich dieser antigewerkschaftlichen Welle entgegenstemmte.“ (Arwanitidis 2004, S. 182) Auch Hans-Otto Hemmer, Chefredakteur der inzwischen eingestellten „Gewerkschaftlichen Monatshefte“, registrierte für den gleichen Zeitraum eine gewerkschaftskritische bis gewerkschaftsfeindliche Grundstimmung in den Massenmedien, schränkte seine Beobachtung jedoch auf „große Teile“ der Presse ein (Hemmer 2004, S. 187). Thomas Gester-

kamp wiederum erkannte das „stimmige Feindbild“ Gewerkschaften in den Medien darin, dass die Arbeitnehmerorganisationen „unisono“ als „Blockierer“ und „Bremsen“ dastanden“ (Gesterkamp 2004, S. 197).

Nun spricht sicher manches für die Vermutung, dass die lang anhaltende ökonomische Krise des Verlagswesens einem um Autonomie bemühten, Pluralität der Meinungsbildung achtenden Journalismus die Luft zum Atmen eher einschnürt. Ein Forschungsteam der Universität Mainz ist im Jahr 2004 der Frage nachgegangen, wie sich die ökonomische Dauerkrise des Zeitungsverlagswesens im Alltag von Journalisten regionaler Abonnementszeitungen auswirkt. Von permanenten Einsparungen gebeutelt, registrierten die meisten der befragten 260 Redakteure spürbare publizistische Qualitätsverschlechterungen. Fast vier Fünftel von ihnen haben beobachtet, dass im redaktionellen Teil ihrer Zeitung zunehmend auf die Interessen von Inserenten Rücksicht genommen wird (Gerhardt u.a. 2005, S. 40). Ihre Befragung hat nach Ansicht der Mainzer Autoren gezeigt, „dass die Verunsicherung in den Redaktionen wächst und die Qualität der Zeitungen unter der Medienkrise leidet. Journalisten

¹ Aus stilistischen Gründen wird im Folgenden auf die Nennung der weiblichen Form verzichtet.

Jürgen Prott, Prof. Dr., Professor für Industrie- und Betriebssoziologie am Department für Wirtschaft und Politik der Universität Hamburg. Arbeitsschwerpunkt: Organisationssoziologische Forschung zum Wandel der Gewerkschaften; insbesondere zu gewerkschaftlichen Vertrauensleuten.
e-mail: JOPrott@t-online.de

werden zu Grenzgängern zwischen Journalismus und Werbung. Die Innere Pressefreiheit, als besonders sensible Seite der Medienfreiheit, ist gefährdet“ (Gerhardt u.a. 2005, S. 40). Gefährdung und Verunsicherung sind jedoch nicht gleichzusetzen mit Zerstörung. Immerhin 92 % der vom Mainzer Forschungsteam befragten Redakteure gaben an, ihre Ideen für berichtenswerte Themen immer oder doch meistens realisieren zu können, und knapp die Hälfte hatte keinen Grund zur Klage über zu wenig Freiheit in der täglichen Arbeit.

Das Problem der Wahrnehmung gewerkschaftsbezogener Berichterstattung durch Gewerkschafter und ihnen prinzipiell wohlgesonnene Journalisten liegt in der undifferenzierten Vereinfachung. Nicht *alle* Gewerkschaften und *alle* ihre führenden Repräsentanten werden „unisono“ hinsichtlich *aller* ihrer Aktivitäten von *allen* Medien und *allen* Journalisten in den verschiedenen Ressorts diskriminiert. Solche Überspitzungen legen ein Verschwörungsszenario nahe, das keiner soliden Empirie standhalten kann und auch keine Handlungsperspektive öffnet. *Gesterkamp* hat als erfahrener Journalist auf die geschmeidige Biegsamkeit des Mediensystems hingewiesen, das der eindimensionalen Vorstellung gewerkschaftlicher Pauschalkritik im Wege steht: „So entsteht, bisweilen in ein- und derselben Zeitung, ein widersprüchliches Bild: Während der Chefredakteur im Mantelteil gegen Gewerkschaften Stimmung macht und für „notwendige Einschnitte“ im Haushalt plädiert, schreibt sein Lokalreporter einen Text gegen den Abbau sozialer Dienstleistungen auf kommunaler Ebene – und zitiert dabei vielleicht sogar einen engagierten ver.di-Vertreter“ (Gesterkamp 2004, S. 201). Je näher sich die Redakteure im Umfeld des innerbetrieblichen Herrschaftszentrums bewegen, umso fester werden ihre Bindungen an die politisch-publizistische Linie des Organs sein. *Gesterkamps* Lokalreporter wird in der Regel gar nicht in die Verlegenheit kommen, sich durch einen Kommentar oder Leitartikel zu exponieren. Mit seinem Chefredakteur teilt er jedoch in vielen Fällen die Herkunft aus einem sozialen Milieu, in dem die Skepsis gegenüber allem, was nach Funktionärswesen oder Beamtentum riecht, als Kontrast zum eigenen Gesellschaftsbild stabil verinnerlicht ist. Die berufliche Sozialisation der Journalisten bewirkt ein Übriges: Wer es in diesem Metier zu etwas

bringen will, dem können „Solidaritätsphantasien“ als gewerkschaftliches Grundverständnis nur im Wege stehen.

Das Bild der Gewerkschaften in den Medien aber gibt es nicht, auch wenn sich über längere Zeiträume hinweg eine eher gewerkschaftskritische Grundstimmung in zahlreichen meinungsbildenden Printmedien nachweisen lassen wird.

2 Kontraste in Qualitätszeitungen

Kaum mehr als ein halbes Dutzend jener 138 selbständigen publizistischen Einheiten im Markt der Tagespresse, von denen oben die Rede war, verdienen das Prädikat Qualitätszeitung. Sicher gehören die „Frankfurter Allgemeine“ und die „Frankfurter Rundschau“ zu dieser Gruppe, weil sie sich durch eine umfangreiche und eigenständige Berichterstattung über Politik, Wirtschaft und Kultur zu exponieren verstehen und dabei in Reportagen wie Kommentaren um ein unverwechselbares Profil bemüht sind. Ich habe die Thematisierung der Gewerkschaften durch beide Organe über einen mehrmonatigen Zeitraum zwischen Oktober 2004 und Februar 2005 vergleichend unter die Lupe genommen, freilich eher im Sinn einer kursorischen Zeitungsschau als durch eine strengen Regeln verpflichtete quantitative Inhaltsanalyse. Ich fasse hier wichtige Eindrücke zusammen. Sie stützen die Differenzierungsthese. Auf den ersten Blick fällt auf, dass beide Zeitungen ihrer Chronistenpflicht wesentlich stärker als die meisten Regionalzeitungen genügen. Bedeutsame Ereignisse im Kontext gewerkschaftlicher Politik (Konferenzen, Stellungnahmen führender Repräsentanten, Tarifabschlüsse etc.) werden ganz überwiegend im Sinn nüchterner Nachrichtengebung im politischen Teil und – mehr noch – im Wirtschaftsressort abgehandelt. Der zweite Blick richtet sich auf die ausdrücklich wertenden Stellungnahmen.

Die Kommentare und Leitartikel der „Frankfurter Allgemeinen“ (FAZ) lassen den Betrachter nicht im Unklaren über das von ihr favorisierte Deutungsmuster der Gewerkschaften, das sich offenbar im Einklang mit dem Vorstellungsbild ihres Zielpublikums befindet. Die folgenden typischen Beispiele sind zufällig einem ein-

wöchigen Zeitraum der FAZ im Februar 2005 entnommen:

(1) Am 10. Februar unterrichtet die FAZ in neutraler Diktion in ihrer Aufmachung der ersten Seite über den „Neuen Tarifvertrag im öffentlichen Dienst“ für die zwei Mio. Beschäftigten von Bund und Kommunen. Im nebenstehenden Kommentar ist von einem „zu hohen Lohnanstieg“ die Rede, verbunden mit der Aufforderung an die Bundesländer, sich standhaft der Übernahme dieses Abschlusses zu widersetzen: „Es bleibt zu wünschen, dass zumindest die Länder nun die Kraft haben, die gebotene Arbeitszeitverlängerung und Lohnzurückhaltung durchzusetzen“ (FAZ vom 10. 2. 2005, S. 1).

(2) Am 12.2. nimmt die FAZ *Josef Ackermann* in Schutz. Vor allem die Gewerkschaften hatten sich darüber empört, dass der Vorstandssprecher der Deutschen Bank in einem Atemzug den Hinweis auf hohe Gewinnsteigerungen mit der Ankündigung eines massiven Stellenabbaus verband. Ein erheblicher Teil der veröffentlichten Meinung mochte *Ackermann* wie eine scharfe Brise ins Gesicht blasen, aber der Kommentator auf der ersten Wirtschaftsseite der FAZ sorgte für Rückenwind: „Wenn diese Bank im grenzüberschreitenden Übernahmefieber nicht als Gejagter, sondern als Jäger unterwegs sein will, dann muss sie stark genug sein. Hierfür sind die derzeitigen Renditeziele wichtige Etappen“ (FAZ vom 12. 2. 2005, S. 11).

(3) Im gleichen Zeitraum schwelte immer noch der im Oktober 2004 ausgebrochene Konflikt um die Sicherung der Arbeitsplätze der Opel-Beschäftigten. Dabei exponierten sich besonders Betriebsräte in Bochum. Die FAZ gab dem Arbeitsrechtler *Volker Rieble* die Möglichkeit, die tätige Sympathie des Bochumer Betriebsrates mit den Streikenden als rechtswidrige Erpressung zu geißeln, die eigentlich die Staatsanwaltschaft auf den Plan rufen müsste. In der redaktionellen Einleitung des ganzseitigen Beitrags unter der Überschrift „Alle Macht den Betriebsräten“ finden sich unter anderem diese ordnungspolitischen Erkenntnisse: „Wenn die Betriebsräte den Gewerkschaften zunehmend die Macht aus der Hand nehmen, kommt man vom Regen in die Traufe, der Zwangskorporatismus wird auf die Spitze getrieben“ (FAZ vom 19. 2. 2005, S. 13).

Ein ganz anderer Eindruck vermittelt sich dem Betrachter beim sorgfältigen Studium der „Frankfurter Rundschau“ (FR). Allein im Oktober/November 2004 publizierte die Redaktion eine ganze Reihe von Dokumentationen und ausführlichen Berichten, vorwiegend im Wirtschaftsteil, die Arbeitnehmerinteressen eine Stimme gaben. Die Gewerkschaftsvorsitzenden *Bsirske*, *Schmoldt* und *Wiesehügel* hatten Gelegenheit, in umfangreichen Interviews ihre Meinungen zu verbreiten. Mehrere Kommentare im Beobachtungszeitraum unterstützten die gewerkschaftsfreundliche Grundhaltung der Zeitung.

(1) Anlässlich der die öffentliche Meinung im Herbst 2004 bewegenden Rationalisierungsvorgänge bei General Motors, Karstadt-Quelle, DaimlerChrysler und Volkswagen heißt es in einem Kommentar der FR unter der Überschrift „Die besseren Manager“ unter anderem: „Es sind also die Betriebsräte, die als gesellschaftliche Manager, als Manager des betrieblichen und gesellschaftlichen Wandels agieren... Das Gefühl lässt einen nicht los, dass unternehmerische Vernunft bei den Betriebsräten besser aufgehoben ist als anderswo“ (FR vom 20.10.2004, S. 3).

(2) Im Oktober 2004 erhitzte der Streit um betrieblich oder tarifvertraglich vereinbarte „Bonus-Regelungen“ für Gewerkschaftsmitglieder die Gemüter. Die Kommentatorin der Frankfurter Rundschau weckte Verständnis für diese auch in den Gewerkschaften selbst umstrittene Idee: „Die IG Metall will mit dieser Strategie Mitglieder gewinnen. Das ist auch nötig, wenn sie handlungsfähig bleiben will... Wer will, dass sich die Gewerkschaften um die eigenen Arbeitsbedingungen kümmert, muss sie auch unterstützen“ (FR vom 22. 10. 2004, S. 9).

(3) Anfang Dezember 2004 wurde bekannt, dass Metall-Arbeitgeber in Baden-Württemberg die Tarifreform ERA zum Vorwand nehmen wollten, Personalkosten zu senken. Die „Frankfurter Rundschau“ zeigte Flagge: „Deshalb sollten Gewerkschafter und Betriebsräte schleunigst gegensteuern. Sie müssen dafür kämpfen, dass die Tarifreform nicht als Instrument zur Kostensenkung benutzt wird... Die Betriebsräte müssen in den nächsten Monaten bereit sein, heftig mit den Managern zu streiten. Nur so kann es am

Ende eine faire Lösung geben“ (FR vom 4. 12. 2004, S. 11).

Vieles spricht für die Vermutung, dass die beiden Frankfurter Qualitätszeitungen in ihrem Verhältnis zu den Gewerkschaften jeweils auf dem entgegengesetzten Pol einer Skala der deutschen Tagespresse lokalisiert sind. Dazwischen bewegt sich die große Mehrzahl der deutschen Provinzzeitungen. Die meisten Organe dieses Typs stehen gewiss nicht im Verdacht, heftig mit der Arbeiterbewegung zu sympathisieren. Im harten Wettbewerb um schwindende Abonnenten und Anzeigenkunden mögen sich die einen, wie zum Beispiel die „Lübecker Nachrichten“, eher in der Nähe der FAZ-Kommentare bewegen, während die sozialdemokratischen Traditionen verpflichteten „Nürnberger Nachrichten“ zum anderen Pol tendieren und sich die auflagenstarke „Westdeutsche Allgemeine Zeitung“ dazwischen bewegt. Von einer gleichförmigen Diskreditierung der Gewerkschaften in Berichterstattung und Kommentierung, wie *Arwanitidis* sie unterstellt, kann aber nicht gesprochen werden.

3

Autonomiegewinne des Mediensystems

Allen periodischen Krisen zum Trotz, hat sich das Mediensystem als relativ eigenständig funktionierendes Teilsystem der Gesellschaft etabliert, das als Ganzes nicht ohne Weiteres in den Dienst der einen oder anderen politischen Gruppierung zu nehmen ist. Die Zeit der Parteipresse ist längst vorbei, aber auch die an preußischen Kadavergehorsam erinnernde Unterwürfigkeit von Journalisten im Umgang mit politischer oder sonstiger Prominenz gehört weitgehend der Vergangenheit an. „Es hat sich ein eigensinniges Mediensystem ausdifferenziert, das seine Entscheidungskriterien für Veröffentlichung und Nicht-Veröffentlichung selbst bestimmt und durchsetzt. Verlage können eine Geldanlage sein, Machtanlagen sind sie kaum noch. *Berlusconi* ist die Ausnahme, nicht mehr die Regel“ (Arlt 2005, S. 39). Der Kommunikationswissenschaftler *Bernd Blöbaum* spricht in diesem Zusammenhang vom „Erwachsenwerden“ des Mediensystems. Weil ständig mehr passiert, als journalistisch ver-

wertbar ist, werde Aufmerksamkeit zu einem knappen Gut, das nur mit besonderer Anstrengung zu erwerben ist. Die Einrichtung und Erweiterung von Pressebüros der großen Verbände markieren seiner Ansicht nach eine Reaktion auf die wachsende Bedeutung des Journalismus in der modernen Gesellschaft (Blöbaum 1994, S. 298).

Nicht die willfähige Verpflichtung auf die Interessen eines imaginären „Kapitals“ mit ihrem dem Klassenkampfschema verpflichteten Credo ist für das „erwachsen“ gewordene System charakteristisch, sondern umgekehrt die Erosion stabiler ideologischer Bindungen. Das Bewusstsein der eigenen Bedeutung und Unabhängigkeit scheint die Selbstverblendung der Standpunktlosigkeit zu stützen. Wenn es darum geht, die Aufmerksamkeit des Publikums in einem sich verschärfenden Wettbewerb zu fesseln, ist das System im Umgang mit Exponenten dieser oder jener interessenpolitischen Gruppierung, dieses oder jenen prominenten Akteurs, nicht wählerisch. Das heute hochgejubelte Sternchen am Schlagerhimmel wird morgen mit der gleichen Inbrunst verbannt. Der hoffnungsvollen Nachwuchspolitikerin mag anfangs eine besondere Aufmerksamkeit der Journalisten schmeicheln. Umso irritierender muss es ihr vorkommen, wenn später kaum noch jemand etwas von ihr wissen will. Das geschieht selten nach dem Muster einer kalkulierten Kampagne, sondern eher gewohnheitsmäßig nach den eingeschliffenen Mustern der Medienroutine. Das System stellt seine Macht unter Beweis, ob das seinen exponierten Akteuren nun bewusst ist oder nicht.

Thomas Meyer diagnostizierte in diesem Zusammenhang mit seinem Begriff der „Mediokratie“ eine Art „Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem“ (Meyer 2001, S. 10). Erstens setze sich die Ereignishaftigkeit als Funktionslogik des Mediensystems gegenüber der Prozesshaftigkeit von Politik durch. Das geschehe durch die überragende Bedeutung der „Nachrichtenwerte“ für Publikationsentscheidungen. Zweitens trete die Sachlichkeit politischer Programmatik hinter die Prominenz der politischen Akteure zurück, was der öffentlichen Debatte die inhaltliche Substanz streitig mache, und drittens müsse Politik in besonderer Weise inszeniert sein, um die Aufmerksamkeitsschwelle der Massenmedien zu überwinden. Auf die Gewerkschaften übertragen heißt das beispielsweise: Die Dramaturgie eines Ge-

werkschaftstages muss so zugeschnitten sein, dass der Vorsitzende spätestens bis 17.30 Uhr gewählt ist, um dadurch die Hauptnachrichtensendungen der Fernsehanstalten noch erreichen zu können. Meyers Analyse mag überspitzt wirken, weil sie etwa im Verhältnis von Politik und öffentlich-rechtlichen Anstalten die direkten und indirekten Machtpotenziale einflussreicher Politiker unterschätzt, aber sie trifft doch im Kern wichtige Verschiebungen im Parallelogramm der Kräfte.

Die 2005 mit einem Adolf-Grimme-Preis ausgezeichnete WDR-TV-Sendung „Hart aber fair“ vermittelt einen anschaulichen Eindruck von den Gewichtsverlagerungen. Wer in dieser aktuellen Diskussionssendung als prominenter Politiker oder Verbandsfunktionär hofft, das Medium als Plattform für die Verbreitung von griffigen, aber oft nichtssagenden Botschaften nutzen zu können, wird vom Moderator *Frank Plasberg* schnell eines Besseren belehrt. Bohrende Nachfragen, provokatorische Konfrontationen der Prominenten mit eingespielten Kurzfilmen zum Interviewthema, die Einbeziehung kritischer Fragen aus dem Präsenzpublikum wie aus der Zuschauergemeinde signalisieren den Gesprächsrunden, dass nicht sie, sondern der in fröhlicher Unbefangenheit agierende Journalist das Heft in der Hand hat.

Längst vorbei sind im Übrigen ja auch die Zeiten, als Bundesminister in der „Tagesschau“ die Möglichkeit hatten, mit mehr als einem zusammenhängenden Satz auf ihnen gestellte Fragen zu Wort zu kommen. Unter dieser Praxis einer souveränen Missachtung nicht nur der Politiker sondern auch der an authentischer Information interessierten Zuschauer, leidet gewiss die inhaltliche Substanz der Nachrichtengebung, was noch durch die unverzichtbare, relativ ausführliche, aber in aller Regel nichtssagende Einblendung eines Schlussstatements des Berichterstatters vor der Kulisse des Reichstags unterstrichen wird. Wer unter diesen Bedingungen als Gewerkschaftsfunktionär oder auch als Vertreter des Arbeitgeberverbandes an der Vorstellung festhält, er könne die Journalisten umstandslos für seine Zwecke in die Pflicht nehmen, wird sich schnell eines Besseren belehren lassen müssen.

Aber auch die Hoffnung, angesichts dieser Gemengelage auf das publizistische Gegengewicht der eigenen Presse vertrauen zu können, ist illusorisch. *Walter Nickel*

schrieb den Gewerkschaften schon vor mehr als 30 Jahren ins Stammbuch, dass ihre Mitgliederzeitschriften und Funktionärsorgane schon aus Gründen mangelnder Aktualität gegenüber den allgemeinen Massenmedien hoffnungslos ins Hintertreffen geraten sind (Nickel 1972, S. 206). Eine medienpolitische Strategie der Gewerkschaften, die auf die Aufwertung der von ihnen selbst bestimmten Ansprache ihres Zielpublikums setzt, unterschätzt heute noch mehr als früher die Neigung der in ihnen zusammengeschlossenen eigensinnigen Individuen, sich aus Informationsquellen ihrer eigenen Wahl auf dem Laufenden zu halten (Weßels 2003, S. 336). Wohl oder übel sind die Gewerkschaften ebenso wie die Parteien und andere Großorganisationen noch stärker als bisher schon darauf angewiesen, eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit voranzutreiben, um die Aufmerksamkeit des Journalismus auf sich zu ziehen.

4

Zur Effektivität gewerkschaftlicher Öffentlichkeitsarbeit

Durch ihre beruflichen Standards unterliegenden Auswahlentscheidungen aus einer schwer übersehbaren Fülle von Informationsangeboten sollen die Journalisten den Ereignishorizont ordnen und die öffentliche Meinung mit Themenangeboten versorgen. Unter dem Einfluss der „dienstfeigen Geschäftigkeit und Hilfsbereitschaft des Presseagenten“ können viele Nachrichtenredakteure jedoch nur schwer dem „gefährlichen Anreiz“ widerstehen, sich zum Sprachrohr gesellschaftlicher Teilinteressen zu machen (Dovifat 1967, S. 209). *Siegfried Weischenberg* hat nachgewiesen, dass viele Berufsangehörige Public Relations als Verführung zu unkritischer Berichterstattung skeptisch bis ablehnend beurteilen. Die pauschale These vom dominierenden Einfluss der PR auf die Medienberichterstattung hält einer genaueren Betrachtung aber kaum stand. Das System Journalismus erweist seine mindestens partielle Autonomie gerade dadurch, dass es Resistenzen gegen Umweltsteuerung aufbringt. Die „internen Relevanzhierarchien und Operationsprozeduren“ des Journalismus gebieten es einer durchschlagenden Öffentlichkeitsarbeit der Verbände, sich nach

journalistischen Spielregeln zu richten (Weischenberg 1997, S. 8).

Ob aus Kommunikationsanregungen Nachrichten werden, hängt im Einzelfall sicher von den fachlichen Kompetenzen wie von den Machtgewichten ab, die die Interaktionspartner in die Waagschale zu werfen verstehen. Wenn beispielsweise der journalistisch hoch qualifizierte Pressesprecher eines einflussreichen und gegenüber dem kontaktierten Massenmedium sanktionskräftigen Verbandes oder Unternehmens mit einem unerfahrenen, fachlich schlecht ausgebildeten und hierarchisch niedrig platzierten Zeitungsredakteur in Kontakt kommt, wird er im Zweifelsfall über erhebliche Durchsetzungschancen verfügen.

Wie ist es in dieser Hinsicht mit der Öffentlichkeitsarbeit der Gewerkschaften bestellt? *Christina Stockfisch* hat in ihrer kürzlich vorgelegten Doktorarbeit untersucht, wie und wie weit es der Gewerkschafts-PR gelingt, den Journalismus zu beeinflussen. Sie ist ihrer Fragestellung mit Hilfe von Inhaltsanalysen der Angebote gewerkschaftlicher Pressestellen und dem Vergleich mit Veröffentlichungserfolgen in der Berichterstattung der überregionalen Tagespresse, des dpa-Basisdienstes und in den Hauptnachrichtensendungen der vier größten deutschen Fernsehanstalten nachgegangen. Darüber hinaus hat sie zahlreiche Journalisten diesseits und jenseits der Barriere mit Hilfe von Intensivinterviews über ihre Interaktionsmuster und Arbeitserfahrungen befragt (Stockfisch 2004). Ich referiere hier ihre wichtigsten Erkenntnisse.

Die gewerkschaftlichen PR-Aktivitäten bringen es sowohl bei ARD und ZDF als auch bei den angesehensten überregionalen Tageszeitungen (FAZ, FR, Welt und Süddeutsche) auf annähernd ähnlich hohe Veröffentlichungserfolge. In der Regel berichten diese Medien sachlich und neutral über die ihnen angebotenen Informationen. Es bestätigte sich die Vermutung von der nach wie vor herausragenden Filterfunktion der Deutschen Presseagentur. Deren Redakteure betätigen sich keineswegs als bloße Transporteure der täglich einlaufenden Publikationsvorschläge. Sie übernahmen in der Mehrzahl der Fälle vielmehr den von der Gewerkschafts-PR avisierten inhaltlichen Kern der Nachrichtengebung, begriffen ihn aber zugleich häufig als Anstoß zu vertiefender Recherche etwa in Form eingeholter Stellungnahmen thematisch kompetenter Akteure. Hier bestätigte sich die These von der relativen Autonomie

des Mediensystems im Sinn einer „Interpretationshoheit“ der Journalisten (Stockfisch 2004, S. 142ff.). Ganz im Unterschied zur oben referierten pauschalen Medienschele kommt die Wissenschaftlerin auf der Basis ihrer Inhaltsanalyse zu diesem Schluss: „Die Sachkompetenz der Gewerkschaft zu traditionellen Gewerkschaftsthemen, wie z. B. Tarifverhandlungen, Arbeitskampf, soziale Sicherung der Arbeit und Tarif- und Lohnpolitik, wird von den Medien anerkannt. Auch ihre Rolle als gesellschaftspolitisch bedeutende Institution beachten die Medien... Es kann also festgestellt werden, dass sich aus der Nutzung des PR-Inputs in Form von Pressemeldungen ein deutlicher Einfluss der Gewerkschafts-PR auf die Medienberichterstattung über Gewerkschaften schlussfolgern lässt, sowohl bezüglich der Themen und des Zeitpunkts der Information, aber auch bezüglich der Bewertung von Akteuren bzw. Akteurskonstellationen“ (Stockfisch 2004, S. 147f.).

Interessante Aufschlüsse vermittelten auch die Befragungsergebnisse der Autorin. Zunächst verdient ein Professionalisierungsgewinn in den gewerkschaftlichen Pressestellen festgehalten zu werden. Die Zeiten, in denen sich gewerkschaftliche Medienarbeiter auf der Ebene der Organisationszentralen ihre Sporen vorzugsweise jenseits des Journalismus durch Erfahrungen im „Apparat“ verdienen mussten, gehen offenbar dem Ende entgegen. Damit wachsen zweifellos die Chancen einer einflussreichen PR-Arbeit. Auf der anderen Seite ist der Autorin bei den Medienjournalisten eine gewisse Tendenz zur Entfachlichung begegnet. Nur wenige mit journalistischem Personal gut ausgestattete Massenmedien leisten sich Spezialisten für Gewerkschaftsfragen, die den PR-Experten der Gewerkschaften bei verwickelten Fragen (z. B. hinsichtlich der Bedeutung von Öffnungsklauseln in Tarifverträgen) fachlich auf Augenhöhe begegnen können. Das kann den gewerkschaftlichen Akteuren in diesem Feld erweiterte Einflussmöglichkeiten eröffnen.

Christina Stockfisch hat die naheliegende Vermutung bestätigt, dass die Interaktion von Journalisten und Pressesprechern dem Muster von Tauschgeschäften folgt. Die Akteure auf beiden Seiten lernen verhältnismäßig schnell, dass das Nachrichten-„Geschäft“ gewissen Spielregeln folgt, die mit Geben und Nehmen zu tun haben. Sie wissen, dass ein auf persönlich gepfleg-

ten Kontakten basierendes Vertrauensverhältnis beiden Seiten nützlich ist. Hier zeigt sich, dass sich hinter dem Rücken der nüchternen Funktionslogik von „Aufmerksamkeitsregeln“ und „Nachrichtwerten“ die subjektiven Beziehungen der handelnden Personen ihr Recht verschaffen. Zwischen den Medienjournalisten auf der einen und den Pressesprechern auf der anderen Seite werden gleichsam Konten geführt, die im Zeitablauf gelingender Kooperation zum Ausgleich nach dem Motto drängen: Wenn du mir Hintergrundinformationen über Gewerkschaftsinterne verschaffst, komme ich dir bei deinem Wunsch nach einem Exklusivinterview mit dem Vorsitzenden entgegen. Im Klima der Zusammenarbeit werden „Deals“ zum gegenseitigen Nutzen verabredet, ohne dass Differenzen und wechselseitig anerkannte Eigenständigkeiten außer Kraft gesetzt werden. Die Verfasserin der Studie lässt unter anderem zwei Pressejournalisten zu Wort kommen, die dieses Kooperationsarrangement zugleich anschaulich beschreiben und rechtfertigen (Stockfisch 2004, S. 176):

„Ich habe ein Interesse an einer schnellen und guten Meldung. Die haben ein Interesse daran, ihre Position in die Presse zu bringen. Da überschneiden sich unsere Interessen. Sie gehen aber wieder auseinander, wenn ich die Position der Gewerkschaft nicht so positiv darstelle, wie sie gerne möchten. Ich bin ja auch mal gegen das, was sie sagen. Das ist ein Geben und Nehmen“.

„Das ist ein Geschäft auf Gegenseitigkeit. Der Gewerkschaftsvorsitzende kommt ins Blatt, aber er muss irgendwas sagen, was für uns eine Agenturmeldung bringt. Das ist auch eine Art Zusammenarbeit. Man zieht nicht an einem Strang – im Gegenteil. Man macht ja auch viele Geschichten, die dem Pressesprecher nicht gefallen. Aber er versucht, die Geschichte so zu steuern, dass sein Haus möglichst gut dabei wegkommt“.

Doch diese Medaille hat auch eine andere Seite. Auf die Frage nämlich, wie sie die Entwicklung der Medienresonanz der Gewerkschaften in den letzten Jahren beurteilen, kommen die beiden befragten Personengruppen zu entgegengesetzten Schlüssen. Während eine starke Minderheit der gewerkschaftlichen Pressesprecher den Eindruck gewonnen hat, über die Arbeitnehmerorganisationen werde heute umfangreicher und besser berichtet als in früheren Zeiten, sind die meisten Presse-

journalisten gegenteiliger Ansicht. Sie konstatieren ein düftigeres Medienecho der Arbeitnehmerorganisationen, denn die „großen Verbände“ im allgemeinen werden generell als „nicht mehr so wichtig“ angesehen und den Gewerkschaften im Besonderen haften zunehmend das Image an, „Relikte aus alten Zeiten“, bloße „Besitzstandwahrer“ und nicht vorwärtstreibende, Reformen inspirierende Kräfte zu sein. Ein Journalist sprach in diesem Zusammenhang von einer „Spirale nach unten“ und fügte hinzu: „Dann geht man eben nicht mehr zum Hintergrundgespräch, weil man gerade was anderes zu tun hat“ (Stockfisch 2004, S. 198).

Die relativ schmale Datenbasis von insgesamt 40 Intensivinterviews in der Untersuchung von *Stockfisch* mag der Verallgemeinerungsfähigkeit solcher Erkenntnisse enge Grenzen ziehen, aber angesichts des oben angedeuteten gesellschaftlichen Klimawandels enthalten sie doch einen gehörigen Schuss Plausibilität. Wer in der öffentlichen Meinung in die Defensive geraten ist, hat es folglich schwerer, sich in den Massenkommunikationsmitteln Gehör zu verschaffen, auch wenn von einer durchgehenden Diskriminierung der Gewerkschaften durch Presse, Funk und Fernsehen nicht die Rede sein kann.

5 Schlussfolgerungen

Zusammenfassend ergibt sich ein widersprüchliches Bild des wechselseitigen Verhältnisses von Gewerkschaften und Öffentlichkeit. Auf der einen Seite kann im Licht empirischer Erkenntnisse nicht die Rede von einer durchgehenden Nichtbeachtung oder gar Verachtung der Arbeitnehmerorganisationen durch die meinungsbildenden Massenmedien sein. Es fehlt den gewerkschaftlichen Kommunikationszentralen auch nicht an Professionalität und Einfühlungsvermögen im Kooperationsprozess mit ihren Interaktionspartnern auf der Seite des Journalismus. Hans-Jürgen Arlt hat darüber hinaus nachgewiesen, dass weder Parteien und Regierung noch Kirchen, Verbände oder soziale Bewegungen öffentlich so umfangreich auftreten wie die vielfach gegliederte Gewerkschaftsbewegung (Arlt 1998, S. 14). Es mangelt den Gewerkschaften jedoch an einer strategischen Ausrichtung und konzeptionellen Anlage

einer alle Organisationsebenen übergreifenden Kommunikationspolitik. Die Gewerkschafts-PR agiert nicht so beharrlich, wie man es von den Parteien gewohnt ist. In ihrer Unaufdringlichkeit steckt ein Element mangelnder Experimentierfreude und ein unterentwickeltes Gespür für spektakuläre Inszenierungen, ohne die häufig in der Mediengesellschaft die Aufmerksamkeitsschwelle nicht zu überspringen ist.

Einer jüngst veröffentlichten Studie über die Evaluation der DGB-Organisationsreform zufolge beklagen annähernd drei Viertel der befragten ehrenamtlichen und hauptamtlichen Gewerkschaftsfunk-

tionäre, dass es dem DGB bisher nicht gelungen sei, in der Öffentlichkeit als „die gewerkschaftliche Stimme“ aufzutreten (einblick 6/2005, S. 6). Das aber erscheint verständlich, wenn man sich in Erinnerung ruft, dass in den Gewerkschaften und zwischen ihnen über Politik und Programmatik aus guten Gründen gestritten wird. Die auf demokratischen Prozeduren basierende innergewerkschaftliche Willensbildung steht einer stromlinienförmigen Ausrichtung ihres nach außen gerichteten Erscheinungsbildes strukturell im Wege. Die Kunst der gewerkschaftlichen Öffentlichkeitsarbeit besteht gerade darin, innere Vielfalt auch nach außen hin nicht einzuschnüren,

sondern als Ausdruck von Stärke selbstbewusst zu kommunizieren, ohne deshalb die grundlegenden Gemeinsamkeiten aus dem Auge zu verlieren. Nicht die Verkündung trügerischer Einheitlichkeit, sondern die beharrliche und die Mechanismen des Mediensystems in Rechnung stellende Interaktion mit ihm nicht nur auf der zentralen Ebene, sondern auch in den niedrigeren Etagen des gewerkschaftlichen Organisationsgeflechts sind geboten. Auf diesem Feld sind sicher noch manche Gewinne an kommunikativer und massenmedialer Kompetenz im Kreis der haupt- und ehrenamtlichen Funktionäre zu erzielen.

LITERATUR

Arlt, H. J. (1998): Kommunikation, Öffentlichkeit, Öffentlichkeitsarbeit, Opladen/Wiesbaden

Arlt, H. J. (2005): Sieben Chancen in der Krise; in: Mitbestimmung 1, S. 38-41

Arwanitidis, G. (2004): Wie die Medien die Gewerkschaften wahrnehmen; in: Werden – Jahrbuch für die deutschen Gewerkschaften, Frankfurt, S. 181-185

Becker, H. (2005): „Polis“ kurz und knapp; in: Mitbestimmung 1, S. 15-16

Blöbaum, B. (1994): Journalismus als soziales System, Opladen

Dovifat, E. (1967): Zeitungslehre, Band 1, 5. Aufl., Berlin

Gerhardt, R./Kepplinger, H./Maurer, M. (2005): Klimawandel – Die innere Pressefreiheit ist gefährdet; in: FAZ vom 31.3., S. 40

Gesterkamp, Th. (2004): Griff in die Mottenkiste; in: Werden – Jahrbuch für die deutschen Gewerkschaften, Frankfurt, S. 196 – 201

Hahn, D. (2005): Sie zeigen Flagge, die Gallier; in: ver.di publik 3, S. 3

Hemmer, H. O. (2004): Einen Platz in der Mediengesellschaft sichern. Werden – Jahrbuch für die deutschen Gewerkschaften, Frankfurt, S. 186 – 190

Hemsteg-von Fintel, R. (2002): Vertrauensleute in der IG Metall, Moorgrund

Meyer, Th. (2001): Mediokratie – Die Kolonisierung der Politik durch die Medien, Frankfurt

Nickel, W. (1972): Zum Verhältnis von Arbeiterschaft und Gewerkschaft, Köln

Prott, J. (2003): Öffentlichkeit und Gewerkschaften, Münster

Stockfisch, Ch. (2004): PR-Akteure, journalistische Akteure und ihre Beziehungen in der externen Gewerkschaftskommunikation, Leipzig (Manuskript)

Weischenberg, S. (1997): Selbstbezug und Grenzverkehr – Zum Beziehungsgefüge zwischen Journalismus und Public Relations; in: Public Relations Forum, 1, S. 6 – 9

Weßels, B. (2003): Gewerkschaften in der Mediengesellschaft; in: Schröder, W./Weßels, B. (Hrsg.): Die Gewerkschaften in Politik und Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland, Wiesbaden