

Prof. Dr. Klaus Siebenhaar

Eröffnungsrede zur Wanderausstellung „Zeitung und Bildung“

Brüssel, 19. April 2007

„Zeitung und Bildung“ ist ein ebenso relevantes wie dankbares Thema, wenn es um gesellschafts- und medienpolitische Grundsatzdebatten geht. Qualitätsjournalismus, „Guided Content“, Auftrag und Verantwortung der Medienwirtschaft im angebrochenen digitalen Zeitalter lassen auf Tagungen und Podiumsdiskussionen in schöner, routiniert wiederkehrender Regelmäßigkeit die Köpfe rauchen.

„Zeitung und Bildung“ als Thema einer Wanderausstellung ist vor diesem Hintergrund deshalb natürlich auch ein gewichtiges Thema, das aber zunächst bei den Ausstellungsmachern Kopfzerbrechen hervorrief, zumal wenn man aus Berlin kommt. Denn wir Hauptstädter kennen bekanntlich nur ein stimulierendes Kriterium, was immer wir zu bedenken haben und in Angriff nehmen wollen: Ist das Thema, ist der Gegenstand „sexy“?

Im Prinzip ja, lautete unsere Antwort. Es kommt eben nur auf Darstellung und Vermittlung an.

Drücken wir es einmal ganz ernsthaft unberlinisch aus: Junge Kultur- und Medienmanager und Studenten der Freien Universität, alle zwischen Anfang- und Mitte Zwanzig, haben sich unter Anleitung erfahrener Wissenschaftler und Praktiker zusammen gefunden und bebrüteten das große, herausfordernde Thema. Sie forschten beherzt im Internet, aber auch in Bibliotheken und Archiven. Sie befragten sich und

Ihre Kommilitonen, sie reflektieren mit wachem Verstand und mit zunehmend leuchtenden Köpfen den Bildungsbegriff und den Status des Printmediums Zeitung heute. Nach ein paar Wochen hatten die Fleißigen fast 40 Studien zum Thema „Zeitung als Bildungsmedium“, dutzende von Fachaufsätzen, statistischen Jahrbüchern und Periodika sowie eigene Untersuchungen zur Bildungsgestalt von Zeitungsrubriken und bildungsaffinen Nutzwertjournalismus, studentischen Rezeptionsverhalten und Spezialfragen wie „Expand your Brand!“ zusammengetragen und ausgewertet. Da lagen sie nun, Berge von Kopien, und warteten auf die weitere Verarbeitung.

Was nun?

Die kreative, wirkungsvolle, adressatengerechte Umsetzung und Vermittlung des Themas „Zeitung und Bildung“ als Wanderausstellung harrte dräuend ihrer Lösung. Und dem Team dämmerte langsam, aber sicher, dass diese Aufgabenstellung ja eine ganze Menge mit den täglichen Herausforderungen tausender Zeitungsjournalisten an jedem Herstellungsort der Republik zu tun hat. Wie sage ich es meinem Leser, in unserem Falle: Betrachter?

Komplexitätsreduzierung, Anschaulichkeitsgebot, Verständlichkeit ohne Verflachung oder Überforderung, zeitgemäße Zielgruppenansprache und das heißt hoher Vermittlungsanspruch auf der Grundlage sauberer Recherche – diese handwerklichen Grundlagen des guten Journalismus bildeten auch den Ausgangspunkt unserer konzeptionell-gestalterischen Realisierung.

Wir waren nicht nur beim Thema, sondern vor allem unmittelbar beim Gegenstand unserer Beschäftigung angelangt, denn wir wollten spielerisch mit dem Medium selbst umgehen. Wir suchten also nach einer optischen Entsprechung, einer Chiffre oder einer Metapher für das Medium Zeitung, und unsere Agentur FT Wild präsent-

tierte eine angemessene, kongeniale Lösung von hoher Praktikabilität. Und wir entschieden uns nach intensiver Diskussion mit den Verantwortlichen des BDZV für eine ebenso einfache wie wirksame und einleuchtende Grundidee:

Die Zeitung als Protagonist, einen Tag aus dem Leben einer Zeitung - von morgens bis mitternachts als alltagsgesättigten Bilderbogen mit journalistisch aufbereiteten Informationen zum Thema „Zeitung und Bildung“ – poetisierte Fakten in einem narrativen Konzept mit dem optisch-visuellen Bezug zum Offsetdruck in der Ausstellungsarchitektur. Mit Headline, Foto und Artikel drunter, streng formatiert und linear in der Abfolge, originell und abwechslungsreich in der Variation des immergleichen Grundthemas: Zeitunglesen bildet, weil Zeitungen in Deutschland von gebildeten Menschen für informations- und bildungshungrige Leser gemacht werden.

So haben wir es uns gedacht, und so haben wir es dann gemeinsam verwirklicht. Mit einem limitierten Budget, mit einer gehörigen Portion Machbarkeitssinn und Pragmatismus – und nicht zu vergessen: einem gewaltigen Schuss Herzblut und Engagement!

Dies war zwar eine Auftragsarbeit, vornehmer ausgedrückt: eine Kooperation zwischen Medienwirtschaft und universitärer, anwendungsorientierter Medienwissenschaft, aber wir hätten das nicht ohne parteiliche Zuneigung oder – für mich und meine Generation darf ich`s sagen – Liebe zum Gegenstand gemacht.

So wie es etwa bei unserer institutsinternen Umfrage die 25-jährige Studentin Julia Heisig zum Ausdruck brachte: „Wie ausdifferenziert und qualitativ hochwertig die deutsche Zeitungslandschaft ist und was für einen Luxus das bedeutet, wurde mir während längerer Auslandsaufenthalte klar, wo das Frühstück oft eine traurige Angelegenheit war_ ohne Vollkornbrot und nur selten mit einer guten Zeitung. ... Das nennt man wohl Heimweh.“

Von diesem Ethos spüren hoffentlich unsere Auftraggeber etwas und natürlich diejenigen, für die es gemacht wurde: junge und reife Bürger, Politiker, Multiplikatoren – letztlich alle, die an vielen öffentlichen, halb-öffentlichen Orten in den nächsten Monaten und Jahren diese Wanderausstellung „in guter Gesellschaft“ zu sehen bekommen. Wir selbst gehen mit gutem Beispiel voran und werden sie am 04. Oktober im geisteswissenschaftlichen Zentrum der Freien Universität Berlin zum Auftakt unseres Projektes „Die Lesbarkeit der Welt. Botschaften der Kulturen“, für das wir zu einem der 365 Orte im Land der Ideen 2007 ausgezeichnet wurden, der jungen „scientific community“ präsentieren.

Liebe Verlegerinnen und Verleger, Herausgeber, Verlagsleiter und Chefredakteure, schauen Sie auf diese Ausstellung und vor allem buchen Sie diese Ausstellung. Sie können sie sogar noch größer haben und selber die eine oder andere Stunde des Tages für sich und ihre Region gestalterisch ergänzen lassen.

Denn wir können gemeinsam gar nicht genug werben – für Bildung und ihr massenwirksamstes, glaubwürdigstes Transportmedium, die gute alte Zeitung mit all ihren cross-medialen Erweiterungsformen. Großmeister Dietrich Schwanitz hat es so definiert: „Bildung. Alles, was man wissen muss.“ Und das steht in der Zeitung und ihren Online-Diensten und findet sich poetisch dokumentiert in dieser Wanderausstellung. Zeigen wir Sie der bildungshungrigen Öffentlichkeit!