

Oft genug haben PR-Fachleute geschrieben, dass sie sich als Partner der Journalisten sehen. Wie ein Berater die Journalisten wirklich sieht. Eine Typologie.

Meist berechenbar

TEXT PHILIPPE WELTI

Mit ihrem Urteil über PR-Berater halten Journalisten kaum einmal zurück. Selbst verstehen sie es aber, ihre empfindliche Psyche zu verbergen oder nur an kleinen, neuerdings rauchfreien, Tischchen im engsten Kreis zu entfalten. Kaum jemand wagt eine kritische Annäherung an die Spezies Journalist. Jetzt ist es an der Zeit, die Journalistenseele dem Lackmустest zu unterziehen. Die folgende Beschreibung kann weder umfassend noch politisch korrekt sein. Sie zeigt aber die Vielfalt an Charakteren und Berufsauffassungen in der Schweizer Medienlandschaft.

Die Desk-Potatoes

In der freien Wildbahn der Rechercheure ist er nur sehr selten anzutreffen. Sein Name taucht auch im Medium selbst kaum auf. Kraft seiner Meriten, die schon eine Weile zurückliegen und deren er sich immer wieder rühmt, hält er sich auf seinem Posten. Als Buchautor hat er zudem bereits etwas für die Ewigkeit geschaffen. In den elektronischen Medien wirkt er dank seiner Erfahrung oft als Produzent oder nimmt in den tiefen Sesseln an breit angelegten Diskussionen teil. Im Printbereich wirkt er vor allem redigierend und schiebt Dienst nach Vorschrift, damit er pünktlich und vorhersehbar abends wieder zu Hause sein kann. Viele Desk-Potatoes können sich auch heute nur schlecht damit abfinden, dass auf den Redaktionen nicht mehr geraucht werden darf.

SUCHTVERHALTEN:

In Kommentaren brechen sie deshalb zeitgeistfremd immer mal wieder eine Lanze für die Raucher.

HALTUNG GEGENÜBER PR-BERATERN:

Sie haben gar keinen Kontakt.

TYPISCHE VERTRETER:

Andreas Dietrich, „Tages-Anzeiger“, Clemens Studer, „Blick“, Ueli Haldimann, SF.

Die Wächter der Demokratie

Der Anwalt der Schwachen ist auf einer Mission. Ziel: Die Welt verbessern und das Böse anprangern. Wichtig ist ihm, immer auf der „richtigen Seite“ zu stehen. Die zwinglianische Ethik hat er trotz Kirchenaustritt verinnerlicht. Sein Feind ist der Markt. Damit alles mit rechten Dingen zu- und hergeht, soll der Staat wachen, oder besser: übernehmen, denn dieser ist nach Überzeugung des Wächters der Demokratie unverdächtig und zudem frei von niederen Instinkten wie zum Beispiel der Gewinnmaximierung. In seinen Kommentaren und Artikeln erschallt immer wieder der Ruf nach Bundesämtern, welche die Probleme des Landes meistern sollen. Er verfügt über ein Netz an Staatsangestellten, die ihm Geschichten stecken. Wer ihn auf das Parkinsonsche Gesetz anspricht, wird von ihm auf alle Ewigkeit mit Nichtbeachtung bestraft und zählt fortan zu jenen, die „nichts begriffen haben“. Interessant: Der Wächter der Demokratie kommt meist selbst nicht aus der Unterschicht, sondern aus gutbürgerlichem Elternhaus.

SUCHTVERHALTEN:

Keines, Missionare sind Asketen.

HALTUNG GEGENÜBER PR-BERATERN:

Scheuen PR-Berater wie der Teufel das Weihwasser.

TYPISCHE VERTRETER:

Hanspeter Guggenbühl, freier Journalist, Philipp Löpfe, freier Journalist, Werner Vontobel, „SonntagsBlick“.

Die Einzelgänger

Sie schreiben am liebsten grosse Porträts oder stochern in zentralen politischen Themen herum. Dabei wissen die Individualisten ihre Position gegen

junge Konkurrenten innerhalb des Mediums zu verteidigen. Hilfreich dabei: Ihr guter Draht zum Chefredaktor. Für den täglichen Einsatz auf der Redaktion sind viele Einzelgänger ungeeignet. Deshalb dürfen sie auch von zu Hause aus schreiben. Böse Zungen sagen: Im hektischen Redaktionsalltag verlieren sie schnell den Überblick. Handelt es sich um eine Frau, so fällt sie manchmal durch die Extravaganz in ihrer Kleidung auf. Die Einzelgänger verfügen über ein gutes Beziehungsnetz. Anzutreffen sind sie heute vor allem in den Magazinen.

SUCHTVERHALTEN:

Keines.

HALTUNG GEGENÜBER PR-BERATERN:

Sie hören zu.

TYPISCHE VERTRETER:

Margrit Sprecher, frei, Urs Paul Engeler, „Weltwoche“, Walter Däpp, „Der Bund“.



PHILIPPE WELTI ist PR-Berater der Klaus J. Stöhlker AG in Zollikon. E-Mail: philippe.welti@stoehlker.ch

Die Gangos

Er kommt direkt von der Journalismusschule und ist überzeugt von seinem Informationsauftrag, den er mit grossem Enthusiasmus erfüllt. Dabei schreckt er vor nichts zurück. Den Würdereflex kann er besser unterdrücken als jeder Schwertschlucker. Die Gangos machen aus jeder Aussage ein Thema. Am liebsten lassen sie sich zusammen mit Stars ablichten, als deren Fan sie sich gleich selbst outen. Ist der Gango eine Frau, so kommt ihr oft die Rolle des „Redaktionsschätzchens“ zu. Protegiert von älteren, meist männlichen Journalisten, wird sie gefördert und darf hin und wieder an vermeintlich wichtigen Anlässen die Redaktion vertreten. In der Redaktion sind die Gangos das notwendige Unterfutter für alle jene, die sich ihrer bedienen. Die Gangos sind lernbegierig und murren nie, wenn sie spät abends noch an einen Anlass müssen.

SUCHTVERHALTEN:

Kaugummi. Gelegenheitstrinker.



RUDELJOURNALISTEN in Bern. Alle wollen die beste Geschichte. Selbstkritik: Fehlanzeige.

HALTUNG GEGENÜBER PR-BERATERN:

Sehr offen.

TYPISCHE VERTRETER DIESER GATTUNG:

Stefan Büsser, „Radio Energy“, „Blick“, Yvonne Eisenring, „TeleZüri“, Martina Abächerli, „Blick“.

Der Gadget-Junkie

Er war einer der ersten, der ein iPhone hatte. Darauf ist er noch heute stolz. Technisch macht ihm keiner etwas vor. Er ist die Anlaufstelle im Haus, wenn der Chefredaktor ein Problem mit dem Handy hat. Kein Gadget ist es ihm wert, nicht ausführlich besprochen zu werden. Der Gadget-Junkie ist im Bereich der „Steine-in-den-Garten-werfen-Prostitution“ tätig (Gibst du mir, so gebe ich dir.), verwandt mit der Gattung des Auto- und Tourismusjournalisten, und der Gegenpol zum Wächter der Demokratie. Er verkehrt unter seinesgleichen via Twitter oder per SMS. Die Redaktion verlässt der Gadget-Junkie kaum. Neben seiner Tätigkeit auf der Redaktion führt er einen eigenen Gadget-Blog, in dem er seine Artikel verlinkt. Er googelt sich auch schon mal selbst, um ausfindig zu machen, wie populär er ist.

SUCHTVERHALTEN:

Games, Mountainbike.

HALTUNG GEGENÜBER PR-BERATERN:

Sie nehmen Anregungen und Einladungen dankbar an.

TYPISCHE VERTRETER:

Thomas Benkö, „Blick am Abend“, Matthias Schüssler, „Tages-Anzeiger“.

Die primeursüchtigen jäger

Weshalb soll ich schreiben, worüber die anderen berichten? Der Jäger von Primeurs lechzt nach Bestätigung und steht ständig unter Strom. Er ist begierig nach der ungeteilten Aufmerksamkeit und befindet sich in einem ständigen Wettbewerb mit seinen Kollegen. In jungen Jahren geht er dorthin, wohin zu gehen sich die arrivierten Journalisten zieren: ins Drogenmilieu und in die Halbwelt. Auf seiner Jagd geht er nicht immer vorsichtig mit seinen Quellen um, was ihn dazu zwingt, immer neue Informationsquellen zu erschliessen. Als Kind wollte er Detektiv werden. Seinen Erfolg misst er an der Anzahl der Medien, die seine Geschichte nachgezogen haben. Der Journalist ist immer männlich und ein Einzelgänger. Seine Sucht hat einen Preis: Sie verunmöglicht oft ein stabiles Beziehungsverhalten und ruiniert seine Gesundheit. Zigaretten und Alkohol sind Gründe für die häufigste Todesursache: Lungenkrebs; Herzinfarkt mit 55.

SUCHTVERHALTEN: Ja.

HALTUNG GEGENÜBER PR-BERATERN:

Offen, dankbar für Primeurs.

TYPISCHE VERTRETER DIESER GATTUNG:

Hubert Mooser, Tages-Anzeiger.ch, Mario Nottaris, „TeleZüri“, Ralph Donghi, „Blick“.

Die Latte-macchiato-Fraktion

Sie sind die verwöhntesten Journalisten, die es gibt: Täglich werden sie von

PR-Agenturen mit Päckchen eingedeckt, in denen sich teure Pflegeprodukte befinden. Ihre Vertreter gehen davon aus, dass ihre Vorlieben auch der Massstab für ihre Leser sein müssen. Die Latte-macchiato-Trinker sind Werbetexter von eigenen Gnaden und sehen sich nach wenigen Jahren im Geschäft selbst gerne als Star oder Promi. Das höchste der Gefühle für diese Lifestylejournalisten sind Einladungen an die Modeschauen in Paris, Mailand oder New York, wo sie keinen Cocktailempfang auslassen. Sie kleiden sich nach den neusten Trends und wissen immer, welches Luxusprodukt man wo am besten kauft. Wichtig: mache nie in ihrer Anwesenheit einen Witz über die Oberflächlichkeit der Mode- oder Musikwelt, denn ihre Rache durch Ächtung kann fürchterlich sein. Vorkommen: in Magazinen, Sonntagspresse.

SUCHTVERHALTEN:

Latte-macchiato, Champagner.

Raucher in Gesellschaft.

HALTUNG GEGENÜBER PR-BERATERN:

Sie sind ihr verlängerter Arm.

TYPISCHE VERTRETER:

Mark van Huissingel, „Weltwoche“, Jeroen van Rooijen, „NZZ“, Flavia Schlittler, „Blick“.

Der Kultur-Klub

Sie verstehen sich weniger als Journalisten denn als Autoren. Für sie ist gute Schreibe eine Frage des Stils. So thematisieren sie denn in geschwungenen Sätzen Hermeneutik sowie künstlerische Spannungsfelder. Ihre verschwurbelte Sprache wird selbst auf der Redaktion nicht verstanden. In ihren Augen ist das auch gut so. Schliesslich schreiben sie nicht für den Pöbel, sondern für die kulturelle Elite. Zu kritisieren wagt sie auf der Redaktion trotzdem niemand. Grund: Selbst der Chefredaktor könnte als Kulturbanause abgekanzelt werden. So fällt auch die Komplizenschaft zwischen Veranstaltern und Journalisten nicht auf. Der kulturdarwinistische Ansatz – wer gelesen werden will, muss sich durchsetzen – ist diesen Schreiberlingen fremd. Sie nehmen für sich Artenschutz in Anspruch.

SUCHTVERHALTEN:

Kaum zu glauben: Die meisten



Die Journalistentypen

➤➤➤ Wortakrobaten sehen die Welt ganz nüchtern.

HALTUNG GEGENÜBER PR-BERATERN: Offen, ohne Sponsoring geht heute in der Kultur nichts mehr.

TYPISCHE VERTRETER:

Martin Meyer, „NZZ“, Klara Obermüller, freie Journalistin.

Die Edelfedern

Von den Höhen des Olympos herab betrachten sie die niedrigen Hügel und dumpfen Moore ihrer schreibenden Kollegen. Der Horizont dieser Journalisten-Gattung ist derart weit gespannt, dass sie dank ihrer blühenden Fantasie und Beobachtungsgabe auch aus „Nichtanlässen“ eine Geschichte herauschälen. Im Unterschied zu ihren Kollegen können sie grosse Geschichten schreiben und tragen mit ihrer Arbeit zum Profil und Renommee

eines Blattes enorm viel bei. Auch Preise schützen die Edelfedern jedoch nicht davor, aufs Alter hin einfach abserviert zu werden. Da die Nachfrage nach Edelfedern höher ist als deren Nachschub, drängen auch immer mehr Unfähige in diese Königsdisziplin des Journalismus.

SUCHTVERHALTEN:

Früher kifften sie, heute rauchen sie nur noch Zigaretten.

HALTUNG GEGENÜBER PR-BERATERN: Offen.

TYPISCHE VERTRETER:

Daniel Binswanger „Das Magazin“, Constantin Seibt, „Tages-Anzeiger“, Erwin Koch, „Spiegel“, „Die Zeit“.

Der Repräsentant

Er trägt einen mehr oder (öfter) weniger grossen Namen. Es kommt vor, dass er selbst kein grosser Schreiber

ist, aber aus persönlichen oder anderen nichtprofessionellen Gründen das Vertrauen des Verwaltungsrates oder des Verlages gewonnen hat und dem Medium als Chefredaktor vorsteht. Das tägliche Geschäft überlässt der Repräsentant oft der erweiterten Chefredaktion oder seinem Stellvertreter. Auf der Redaktion legt er immer wieder mal seine gepflegte Hand auf eine über das Pult gebeugte Schulter, um dem niederen Schreiberling einen gut gemeinten Hinweis zu geben. Das Hauptbetätigungsfeld des Repräsentanten ist das Networking als Botschafter des Hauses gegen aussen.

SUCHTVERHALTEN:

Nichtraucher, wenig Alkohol.

HALTUNG GEGENÜBER PR-BERATERN:

Ein Mittagessen liegt immer drin.

TYPISCHE VERTRETER DIESER

GATTUNG:

Markus Eisenhut, „Berner Zeitung“, Frank A. Meyer, „Blick“.

WEITERE: Schauen Sie sich in den oberen Etagen Ihrer Redaktion um. ■

Wissen ernten

Die professionelle Rede

am 23. und 24. März 2009

Kreatives Texten

am 1. und 2. April 2009

Erfolgreiche PR-Konzepte

am 22. und 23. April 2009

Briefe und E-Mails professionell schreiben

am 6. Mai 2009

Texten für das Internet

am 7. Mai 2009

Das Prinzip Wikipedia in der Unternehmenskommunikation

am 12. Mai 2009

Campaigning – PR-Kampagnen wirkungsvoll inszenieren

am 13. und 14. Mai 2009



Seminare für Mediensprecher und PR-Fachleute in Zürich

... in kleinen Gruppen und praxisnah ... Ein Angebot der SDA-Tochter

news aktuell ... www.media-workshop.ch