

Medienberufsverbände und das Internet: Internet? Hä? Wasischdas?

Am 24. November 2001 findet im Kornhaus der 11. Berner Medientag statt. Provokatives Thema dieses Jahres: "www.journikill.ch - Macht der Online-Journalismus den Journalismus kaputt?" Im Vorfeld der Veranstaltung schaffen es aber ausgerechnet Leute aus der Kommunikationsbranche, haufenweise schlechte Beispiele für Online-Kommunikation zu liefern.

von Andi Jacomet

Als kritischer und einigermaßen sozial gesinnter Zeitgenosse, sowie regelmässiger Besucher des besagten Anlasses nimmt man den Titel der Veranstaltung zunächst achselzuckend auf - "schön schön, Titel macht an, die Gewerkschaften sind halt schon toll", auch wenn zugleich die internetbegeisterte Hirnhälfte heftigst gegen die formulierte These protestiert. - Nächster Gedanke: Als gewiefte Kommunikatorinnen und Kommunikatoren werden die veranstaltenden Organisationen wohl auf die Idee gekommen sein, die provokative URL auch zu reservieren. Fehlanzeige. 404 not found - aber nicht lange: Markus Schütz, Online-Redaktor aus Bern, war schneller. Und legt seit Mitte Oktober unter www.journikill.ch mit spitzer Feder seine Sicht der Dinge dar - samt Gästebuch, prallvoll mit bissigen Randbemerkungen zum Versagen der Medientag-OrganisatorInnen.

Nun wollen wir doch nicht gleich Absicht vermuten und behaupten, die Mediengewerkschaften und Berufsverbände hätten die URL absichtlich brachliegen lassen, um genau solche und ähnliche Debatten auszulösen, die dem Medientag Publizität und Pfeffer verleihen. Oder doch? - Nein. Leider wird dieser Gedanke beim Betrachten der Websites der meisten Organisationen, die hinter dem Medientag stehen, jäh abgewürgt: Was von ihnen im Netz steht, kann in jedem Screendesign-Kurs perfekt als abschreckendes Beispiel verwendet werden. Und diese Organisationen wollen ernsthaft einen Workshop zu einem Internet-Thema organisieren? Da kann der Schreibende bei aller Liebe zu den betroffenen Verbänden und aller Sympathie zu deren mir teils persönlich bekannten VertreterInnen nur schmunzeln.

Dabei ist es eigentlich nicht zum lachen: Design ist Kommunikation, das lernt man heute beinahe schon in der Primarschule. Und Grundregeln, wie eine benutzerInnenfreundliche Navigation aufgebaut sein sollte, gibt es zuhauf. Der lehrmeisterliche Spruch aus den 80er Jahren, dass der Inhalt in jedem Fall wichtiger sei als das Aussehen, dürfte zehn Jahre nach der Erfindung des WWW endgültig passé sein. Wieso also getrauen sich zum Beispiel die Vereinigung für kritische Mediennutzung (Arbus) und der Bernische Verein der Journalistinnen und Journalisten (BJV) mit Internet-Auftritten ins Netz, die man eher in einem Web-Museum (datiert etwa auf 1996) wähen würde? Mit Farbkombinationen, die einen erschauern lassen, oder mit Hintergrundgrafiken, die das Lesen erschweren?

Was will uns der Comedia-Webpublisher mitteilen, wenn er in die Navigation einen Link namens "Ebene höher" setzt und im Jahre 2001 den Netscape Navigator 4.61 als Referenzbrowser für die Erstellung der Webseiten angibt? Einzig Claudine Traber vom SSM zeigt, wie mit einfachstem und schnell geladenem HTML Schlichtes und Gutes hingezaubert werden kann - wengleich sich die Navigation bei jeder Rubrik anders präsentiert und der Link zur Startseite fehlt.

Leider lassen auch andere Journi-Pages wie www.freie.ch oder www.journalists.ch Sorgenfalten auf der Webdesigner-Stirn erscheinen. Punkto Screen Design und Usability - und nur davon ist hier die Rede, die restliche Theorie überlassen wir den Workshops am Medientag - killen einen die Journis wirklich.

Niemand zwingt irgend jemanden, diese Seiten zu besuchen, einverstanden. Ohne Grund käme auch kein Mensch auf die Idee, die genannten Websites zu geisseln. Aber wer eine Veranstaltung mit den Worten "www.journikill.ch - Macht der Online-Journalismus den Journalismus kaputt?" ansagt und im Internet dergestalt präsent ist, degradiert sich insbesondere in Fachkreisen zur Lachnummer. Und das ist vor allem eins: Sehr schade.

Versäumte Chancen auch wegen formaler Mängel

Der Medientag geriet nicht zum Lacher, wie man es anhand der im Vorfeld monierten Ausrutscher hätte erwarten können. Die Referentinnen (eindeutig in der Minderzahl) und Referenten lieferten zwar wenig Neues, doch die am Rand geführten Gespräche mit den anwesenden Fachleuten waren fruchtbar. Formal würden Anpassungen dem Medientag gut anstehen.

von Andi Jacomet

Roland Jeanneret, der gewohnt charmant und humorvoll durch die Veranstaltung führte, versäumte es leider, den Referierenden klare Zeitlimiten zu setzen und liess sie im Extremfall selbst nach einer Ermahnung noch minutenlang uninformatives Geschwätz von sich geben. Dies, obschon sich selbst im Publikum Unmut zu regen begann. Zudem missbrauchten Anbieterinnen von Portalen oder Ausbildungsangeboten wertvolle Diskussionszeit als Werbepattform für ihre Angebote, anstatt es beim Verteilen von Flyern bewenden zu lassen - peinlich und mühsam.

Das Zeitalter der Schwarzweissfolien mit zu kleiner Schrift dürfte unterdessen ebenfalls überwunden sein - zeitweise wähnte man sich in einem Geschichtsseminar des zweiten Semesters anno 1994. Dass die Referentinnen und Referenten einen funktionierenden Beamer zur Verfügung gestellt bekommen und im Vorfeld gebeten werden, ihr Referat notebook- und powerpointgestützt zu begleiten, sollte an einem solchen Anlass selbstverständlich sein. Einmal mehr zeigte sich, dass ein "Producer", der auf solche Dinge wert legt und auch "dr Finger druf hebt", mit ins OK von Tagungen gehört. Auch wenn alle ehrenamtlich arbeiten, solcherlei Dinge sind heute Standard. Mehrere Referenten monierten jedenfalls die mangelhafte Organisation der Technik im Vorfeld.

Medientag-Teilnehmerin Nathalie Matter vom Institut für Medienwissenschaft der Uni Bern bringt es auf den Punkt: "Das Publikum hing am Ende ermattet in den Sitzen und brachte leider keine Kraft mehr für eine Diskussion auf." Und berichtet weiter: "Am besten eignete sich der Medientag wohl für Leute, die noch nie was von Online-Journalismus gehört hatten, dermassen wurden wir mit Einführungen darüber eingedeckt. Enttäuschend war vor allem der Entscheid der Organisatoren, Leute auftreten zu lassen, die einfach ihre Projekte vorstellten und gar nicht auf die Frage 'Killt Online-Journalismus den offline-Journalismus?' eintraten. Es wurde viel Werbung in eigener Sache betrieben und bedauerlicherweise nicht auf die bereits im Vorfeld begonnene Debatte um die Website <http://www.journikill.ch> eingegangen, und wenig bis gar nicht auf den Wandel des Berufsbildes vom Journalisten zum "Content Manager", "Editor" oder reinen "Inhalts-Abfüller". Die von Selbstinszenierer und Swisscontent-CEO Bendicht Luginbühl vorgebrachten Provokationen an die Adresse der "offline-Journis" blieben denn auch unwidersprochen. Ein grosses Lob gebührt jedoch den AbgängerInnen des Instituts für Medienwissenschaft (Petra Baumberger, Thomas Röthlin, Maria Gfeller und Marco Jaggi), die sich als einzige an die Sprechzeit hielten und ihre Ergebnisse zum grössten Teil anschaulich und souverän präsentierten. Der Nachmittag endete im Einverständnis, dass sich die "offline-Journis" weiterzubilden hätten, notabene nicht qualitativ, sondern vor allem technisch. Symptomatisch die Frage von Walter Däpp (über 50) an Bendicht Luginbühl: 'Würden Sie mir als Journalist bei Swisscontent noch eine Chance geben?', was dieser grosszügig bejahte, vorausgesetzt, Däpp würde sich den erforderlichen Ausbildungskursen unterziehen (wochenlang viel Technik, aber nur ein Tag Medienethik und Schweizer Mediensystem)."

Um das eigentliche Thema dieser Website, das Webpublishing, nochmals ins Spiel zu bringen: In diesen vier Stunden hätte rund die Hälfte aller Websites der veranstaltenden Organisationen mit brauchbaren Navigationen versehen werden können, was zumindest Hunderten von Besucherinnen und Besuchern dieser Pages geholfen hätte (siehe Text oben). Das wäre ein echter Nutzen gewesen, ein solcher blieb heuer am Medientag leider aus, weil zuviel geredet und zu wenig diskutiert wurde. Vielleicht tun's das nächste Mal auch ein oder zwei Referenten weniger, was sich auch über frühere Medientage sagen lässt. Es hätte übrigens im Internetbereich durchaus auch Frauen gegeben, die etwas zu sagen haben.

Der anschliessende Apéro hingegen - laut Jeanneret "integrativer Bestandteil" des Medientags, was den Jahrgang 2001 teilweise zu retten vermochte - war wie immer eine gute Gelegenheit, mit Gleich- und Wenigergleichgesinnten sowie Fachleuten das Gespräch zu suchen. Und nur schon wegen Heinz Däpps Intermezzos lohnte sich der Besuch - er schaffte es sogar, den Werbespot für sein Buch nicht peinlich erscheinen zu lassen.

© *Andi Jacomet November 2001*
www.jacomet.ch