

- NUSSBAUM, C. (2003): Die ICH-AG für Journalisten, Teil 1, Marketing, 16-seitiges Special als Beilage im MediumMagazin 03/2003, Eugendorf.
- NUSSBAUM, C. (2002): Trainingsserie Selbstmarketing für Journalisten, MediumMagazin 7/2002 ff.
- NUSSBAUM, C. (2004): Die 100 häufigsten Fallen nach der Existenzgründung, München.
- SCHNEIDER, W. (1994): Deutsch fürs Leben, Reinbek bei Hamburg.
- SCHNEIDER, W. (1996): Deutsch für Kenner, München.
- SCHNEIDER, W. (1986): Deutsch für Profis, München.
- SCHNEIDER W./ESSLINGER D. (2002): Die Überschrift, München.

Die Autorin:

Cordula Nussbaum arbeitet seit 1990 als freie Magazin-Journalistin mit den Themenschwerpunkten Wirtschaft, Medien und Marketing. Zu ihren Stammkunden zählen u. a. „Focus“,

„Wirtschaftswoche“, „Medium Magazin“, „werben&verkaufen“, „media&marketing“. Seit 2001 trainiert und coacht sie Freiberufler, Selbstständige und Angestellte der Kommunikationsbranche in Karrierefragen, Zeit- und Selbstmanagement sowie Selbstmarketing. Sie hilft vor allem Jungunternehmern und Freelancern sich erfolgreich im Markt zu etablieren, indem sie lernen, maßgeschneiderte Texte zu schreiben und gezielt zu vermarkten. Cordula Nussbaum ist Autorin mehrerer Ratgeber zum Thema „Erfolgreich als Freelancer/Unternehmer“ und „Zeitmanagement“. Kontakt: www.Erfolg-Reich-Frei.de



Gegenöffentlichkeit: Funktionen im Journalismus

Zusammenfassung:

Die Sozialwissenschaften stellen eine Renaissance von Gegenöffentlichkeit fest. Die journalistische Relevanz – z. B. inwieweit sich Gegenöffentlichkeit als journalistische Quelle unabhängiger Informationen erweisen kann – bleibt in der wissenschaftlichen Diskussion allerdings unberücksichtigt. Aktuelle gegenöffentliche Projekte bieten für den Journalismus Chancen und Risiken. Die journalistische Bedeutung erstreckt sich auf mehrere Dimensionen: (1) die Nutzung von Gegenöffentlichkeit als (unabhängige) Informationsquelle, (2) der immanente PR-Einfluss durch professionelles Issues Management, (3) die partielle Substitution durch erfolgreiche Gegenöffentlichkeitsprojekte und (4) Möglichkeiten der Instrumentalisierung der Medien durch Subversion oder Kommunikationsguerilla.

Im Dezember 1999 geriet eine „Anti-Globalisierungs-Front“ in Seattle mit gewalttätigen Protesten erstmals ins Blickfeld der Weltöffentlichkeit. Die Folge dieser Proteste war, dass das Thema in den weltweiten Nachrichten nicht mehr die Liberalisierung des Welthandels, sondern die Kritik daran war. Politische Beobachter werteten die damaligen Ereignisse als eine Renaissance kritischer Gegenöffentlichkeit. Nach der Institutionalisierung alternativer Bewegungen in den 1980er-Jahren erreicht Gegenöffentlichkeit mittlerweile gesamtgesellschaftliche Relevanz. Ihr Erstarken lässt sich an drei Faktoren festmachen: erstens der zunehmenden Globalisierung und ihrer Kritik, zweitens den neuen Medien und deren Möglichkeiten sowie drittens der Übernahme zentraler Funktionen von den klassischen politischen Institutionen und Organisationen durch nicht etablier-

te politische Akteure wie z. B. Nichtregierungsorganisationen (NGOs) im Rahmen der reflexiven Moderne.

Die journalistische Relevanz dieses Prozesses – z. B. inwieweit sich Gegenöffentlichkeit als journalistische Quelle unabhängiger Informationen erweisen kann – bleibt in der wissenschaftlichen Diskussion allerdings meistens unberücksichtigt. Auf diese Bedeutungsdimension möchte ich im Folgenden näher eingehen. Zuerst wird dafür der oft diffus gebrauchte Begriff der Gegenöffentlichkeit konkretisiert und dann dessen journalistische Relevanz in seinen verschiedenen Dimensionen aufgezeigt.

Der „Elefant“ Gegenöffentlichkeit

Die wohl bekannteste buddhistische Parabel beschreibt mehrere Blinde, die verschiedene Teile eines Elefanten – Rüssel, Ohr, Schwanz, Bein etc. – betasten. Aufgrund des berührten Teils ist nun jeder Blinde davon überzeugt, die eigentliche Beschaffenheit eines Elefanten verstanden zu haben: der Elefant ist also wie ein Fächer, ein Baum, ein Seil usw. Ähnlich vielschichtig und problematisch stellt sich das Phänomen der Gegenöffentlichkeit dar. Für Journalistikprofessor Michael Haller stellt der Journalismus an sich eine kritische Gegenöffentlichkeit dar. Denn Medien hätten generell ähnliche gesamtgesellschaftliche Verantwortung wie Kritik, Kontrolle und Aufklärung. Diese weite Definition ähnelt stark dem Selbstverständnis der Alternativbewegungen der 1960er- und 1970er-Jahre in Westeuropa und den USA. Aus einer kommunikationswissenschaftlichen Sicht besteht Gegenöffentlichkeit in einem engeren Sinn grundsätzlich erstens aus *alternativen Medieninhalten* und zweitens *alternativer*

Medienpraxis. Gegenöffentlichkeit kann vor allem seit den Neuen Sozialen Bewegungen (NSB) (z. B. Friedens- und Ökologiebewegung) Teil einer (politischen) Bewegung sein. Gegenöffentlichkeit geht dabei über eine massenmediale Dimension hinaus; sie ist drittens in einem umfassenden Sinn auch eine *soziale Praxis* (u. a. Mode, Kunst, Lebensstil wie z. B. Konsumgewohnheiten, PLO-Schal etc.).

Historisch gesehen kann man Medien der Gegenöffentlichkeit hinsichtlich ihrer Funktion idealtypisch in „*alternative*“ und „*bewegungseigene*“ Medien unterscheiden.¹ Alternative Medien bieten eine Option zu den Mainstream-Medien. Durch ergänzende und korrigierende Berichterstattung sollen diese zu einer Erweiterung des Informationsspektrums und zu einer liberalen Öffentlichkeit beitragen. Seit Anfang der 1970er-Jahre entwickelten vor allen NSB in Westeuropa Strukturen einer solchen alternativen Öffentlichkeit, die sich im Aufbau von Informationsdiensten, Buchläden und Radios manifestierte. Ein wichtiges Motiv für die Konstruktion von Gegenöffentlichkeit liegt sicherlich im subjektiven Empfinden der Betroffenen begründet, dass Informationen, Botschaften, Nachrichten usw. aus ihren Reihen, aus ihren Quellen und aus ihrer Sicht meist nicht den Weg in die Mainstream-Medien finden. Eine Vielzahl alternativer Medienprojekte stellte sich aus dieser Grundlogik heraus die Aufgabe, die in den bürgerlichen Medien vernachlässigten Nachrichten zu verbreiten.² Wer von den Massenmedien aufgenommen und gesendet wird, hat die Chance, dass seine „Meinungen“ auch von großen Teilen der Bevölkerung wahrgenommen werden. Dieser Umstand führte auch bei den NSB, die sich in Opposition zu der herrschenden Politik und der herrschenden Meinung befanden, zu Überlegungen darüber, wie sie sich Zugang zu den etablierten Massenmedien verschaffen könnten. Sie versuchten, andere Themen bzw. *Medieninhalte* den vorherrschenden entgegenzustellen, ohne allerdings die Struktur etablierter Öffentlichkeit in ihren wesentlichen Punkten zu verändern, sondern diese zu nutzen. Alternative Öffentlichkeit reicht aber über eine reine Gegenthematisierung hinaus.

Weitere Unterscheidungskriterien entstehen bei der *Form* bzw. *Medienpraxis* alternativer Medien (veränderte Schriftweise, andere Produktionsbe-

dingungen und Produktionsformen u. Ä.). Die Rundfunkliberalisierung und das rasante Wachstum des Internets verschafften der alternativen Öffentlichkeit auch in den 1980er- und 1990er-Jahren eine konstante Dynamik. War früher alternative Öffentlichkeit auf den Bereich der Printmedien beschränkt, entstanden in den letzten Jahren durch freie Radios und Internetprojekte neue alternative (Medien-)Öffentlichkeiten. Diese sehen sich im Zuge der gesellschaftlichen und technischen Veränderungen, die auch Auswirkungen auf die „Mainstream-Medienlandschaft“ haben, mit einer Reihe von Problemen konfrontiert. Kommerzialisierung, Institutionalisierung und das medienpolitische Agieren staatlicher Akteure verändern die ehemals idealistischen Konzepte alternativer Medien.

Dagegen haben bewegungseigene Medien nicht die direkte Beeinflussung der öffentlichen Meinung zum Ziel. Im Gegensatz zu alternativen Medien positionieren sie sich teilweise außerhalb des gesellschaftlichen Mainstreams, inhaltlich vor allem durch radikale politische

„*Gegenöffentlichkeit erreicht mittlerweile gesamtgesellschaftliche Relevanz.*“

Stellungnahmen als auch durch das Aufgreifen subkultureller Themen und Codes. Hauptsächlich durch die neuen technischen Möglichkeiten zur Kommunikation kommt ihnen verstärkt eine organisierende Funktion zu, die anfänglich politische Funktion gerät in den Hintergrund – z. B. bei den Online-Angeboten „Wto-kritik“ oder „Hausdruck“.

Die Funktion etablierter Massenmedien für gegenöffentliche Akteure ist offensichtlich, sie liegt in der Schaffung öffentlicher Resonanz. Wie sieht es aber umgekehrt aus? Welche positiven und negativen Funktionen kann Gegenöffentlichkeit für den Journalismus haben? Diese journalistische Relevanz kann in mehrere Dimensionen aufgefächert werden.

Die Funktion etablierter Massenmedien für gegenöffentliche Akteure ist offensichtlich, sie liegt in der Schaffung öffentlicher Resonanz. Wie sieht es aber umgekehrt aus? Welche positiven und negativen Funktionen kann Gegenöffentlichkeit für den Journalismus haben? Diese journalistische Relevanz kann in mehrere Dimensionen aufgefächert werden.

Gegenöffentlichkeit als journalistische Informationsquelle

Für Journalisten vor allem im Politik-Ressort stellen alternative Medien eine Art Frühwarnsystem für politisch brisante Themen dar. Zumindest sind diese gern gelesene Ideenlieferanten: „Blätter wie „die tageszeitung“ oder das Frankfurter Magazin „Plasterstrand“ haben eine Anzahl ihrer Abonnenten unter den Multiplikatoren der bürgerlichen Massenmedien, zum Beispiel in den

Redaktionen des „Spiegel“ oder „Westdeutschen Rundfunks“.³ Neben Themen finden auch formale Elemente alternativer Medienpraxis rasch Nachahmer im Journalismus z. B. Übernahmen eines „Punk-Layouts“⁴ oder ein wenig später die Neugründungen von (alternativen) Lifestyle-Magazinen wie „Tempo“, „Prinz“ oder „jetzt“.

Aktuell findet dieser Prozess seine (modifizierte) Wiederholung im Bereich der computervermittelten Kommunikation. Im Internet sind insbesondere diejenigen Vertreter von Gegenöffentlichkeit für den Journalismus interessant, die erstens ihre Interessen vertreten wollen wie z. B. „attac“, „Deportation Class“ oder „Nadir“, zweitens ein Forum für alternative Berichterstattung anbieten wie z. B. „Indymedia“, „Independent Media Institute“ oder „One World TV“ und drittens die etablierte Medienberichterstattung kritisch beobachten (media watchdogs) wie z. B. „Initiative Nachrichtenaufklärung“. Gegenöffentliche Internetauftritte nehmen so den Platz eines Recherche- und Präsentationsmediums ein und vermitteln gerade dadurch auch Wissen an die Journalisten weiter. Einen komfortablen Einstieg in diese Art von Netzkultur bieten Mailinglisten wie „Nettime“ oder „Rohrpost“, in denen hauptsächlich Medienaktivisten Neuigkeiten und Termine aus der „Szene“ mitteilen.

Nicht nur durch wachsenden Wettbewerb und Aktualitätsdruck, sondern auch in journalistischen Krisenzeiten, wenn die Recherchemöglichkeiten durch Zensur und andere Hindernisse stark eingeschränkt sind (z. B. Kriegsberichterstattung), können diese Online-Quellen nicht nur Zusatzinformationen bieten, sondern darüber hinaus aus journalistischer Sicht reizvoll und authentisch erscheinen. So berichtet z. B. die englische Rechtsreferendarin Jo Wilding einer Korrespondentin gleich von ihren Erlebnissen als humanitäre Helferin im Irak. Die „Süddeutsche Zeitung“ übernahm dabei die Schilderungen direkt von einer Onlinediskussion zum Irakkrieg, die auf der Homepage der non-profit Organisation „Open democracy“ geführt wird.⁵

Der nicht-hierarchische und interaktive Aufbau vieler gegenöffentlicher Online-Diskussionen (many-to-many) und die identitätsstiftende (virtuelle) Gemeinschaft gegenöffentlicher Foren (community media) finden in leicht abgewan-

delter Form vielfachen Anklang in den Online-Angeboten etablierter Medien. So bietet u. a. das Online-Magazin „Telepolis“ zu jedem Beitrag die Möglichkeit der Kommentierung und eventuellen Weiterverlinkung an. Die Online-Version von „Neon“ – wie auch in anderer Form das „SZ“-Magazin „jetzt“ – möchte mit seinem „Neon-Experten-Netz“, an dem jeder teilnehmen kann, „(...) Autoren und Lesern die Möglichkeit geben, Informationen und Meinungen (...) auszutauschen“.⁶ Dem vordergründigen Aufbrechen unilinear kommunikativer Zusammenhänge liegt hier allerdings als Intention eine verstärkte Leser-Blatt-Bindung zugrunde.

Neben der (oft zu unrecht) zugeschriebenen Glaubwürdigkeit und Authentizität bietet auch die Schnelligkeit gegenöffentlicher Quellen einen Vorteil für den Journalismus. Während der Terroranschläge auf das World Trade Center 2001 konnte die New Yorker Ortsgruppe von „Indymedia“ mit als erste aktuelle Informationen anbieten. Diese wurden vor Ort von Aktivisten recherchiert und ins Netz gestellt; etablierte Informationsanbieter und deren Server waren dagegen wegen Überlastung nicht erreichbar.

PR-Einfluss und Medienresonanz

Allerdings besteht auch das Risiko der Instrumentalisierung und Beeinflussung des Journalismus. Wie beim prominenten Vorgänger der 1990er-Jahre – „Greenpeace“ und der Fall Brent Spar – wird aktuell bei „attac“ und andern gegenöffentlichen Akteuren sowohl auf die Etablierung eines grundsätzlich vom Mainstream unabhängigen Mediensystems als auch auf die Entwicklung alternativer Kommunikation in Gestalt alternativer Medien weitgehend verzichtet. Vielmehr wird versucht, auf die bestehende mediale Inszenierung von öffentlicher Meinung mit alternativen Positionen Einfluss zu nehmen. Um dies zu erreichen, setzen diese modernen politischen Akteure einerseits auf eine klare Anpassung an die Produktionsroutinen des Mediensystems, z. B. professionelle Medienarbeit, andererseits auf eine große Medienresonanz z. B. durch die Inszenierung symbolträchtiger Ereignisse. Diese Art von Public Relations besteht u. a. aus gezieltem Issues Management und anderen medialen Kampagnenformen. Prominentes Beispiel hierfür sind die Proteste von

„Welche positiven und negativen Funktionen kann Gegenöffentlichkeit für den Journalismus einnehmen?“

Genua 2001, bei denen „attac“ als einzige NGO große Medienresonanz in Europa erfuhr.

„Talentschuppen“ und Substitution?

Nicht wenige Berufskarrieren von Journalisten und Publizisten nahmen ihren Anfang bei alternativen Medien bzw. unabhängigen Kleinverlagen – z. B. Hendryk M. Broder, Matthias Horx oder Günter Wallraff. Das bekannteste Beispiel der Institutionalisierung alternativer Medien in der Öffentlichkeit stellt „die tageszeitung“ („taz“) dar. Sie fungiert heutzutage als alternativer „Brückenkopf“ im etablierten Mediensystem und als Ausgangspunkt der Ausbreitung von Themen im gesamten Medienspektrum. Dieses „inter-media-agenda setting“ konnte erstmals bei der Volkszählung 1983 detailliert nachgezeichnet werden. Das (später brisante) Thema „Volkszählung“ hatte die „taz“ mit zweimonatiger Verspätung aus der gegenöffentlichen Zeitschrift „Umweltmagazin“ übernommen. Die „taz“ selbst hat sich mittlerweile als überregionale Tageszeitung in Deutschland trotz immerwährender finanzieller Schwierigkeiten fest etablieren können. Diese Marktpositionierung ist seitdem und auch lange Zeit davor keinem anderen kommerziellen Projekt gelungen.

Die angedeuteten technischen Möglichkeiten neuer Medien stellen auch ein Risiko für den Journalismus dar. Neben unzähligen Diskussionsforen, virtuellen Archiven, Mailinglisten etc. bieten aktuell vor allem (gegenöffentliche) Weblogs, die Möglichkeit zur Kommunikation und Information. Hier entstehen Peer-to-Peer-Netzwerke, die klassische Funktionen von Journalismus wie Orientierung und Service überflüssig machen. Allein in den USA sollen über acht Millionen Weblogs existieren – davon wird bisher freilich nur ein geringer Bruchteil regelmäßig aktualisiert und frequentiert.

Subversion und Kommunikationsguerilla

Neben den diskutierten alternativen Medieninhalten und -formen sind auch eher künstlerisch orientierte Projekte, die politische Ziele verfolgen, von großer Bedeutung. Eines der wohl prominentesten Vertreter moderner Subversion ist das

Kollektiv „Luther Blissett“. Dieses veröffentlicht seit 1994 seine Aktivitäten als „Kommunikations-Guerilla“. Eines seiner literarischen Projekte ist der Roman „Q“, der mittlerweile in ganz Europa in großen Auflagen erschienen ist.⁷ Ein zentrales Mittel für seine mediale Weiterverbreitung ist der Anti-Copyright Standpunkt. Der deutsche Piper Verlag hat zwar die deutschen Rechte für „Q“ gekauft, er muss aber damit leben, dass auf der „offiziellen“ Luther Blissett-Homepage sowie diversen anderen Internetseiten wie „textz.com“ das Buch frei verfügbar ist. Seit dem Beginn des Projekts werden alle Publikationen mit explizitem Verzicht auf das teilweise oder gesamte Urheberrecht veröffentlicht. Dafür wird als Begründung angeführt: „all „Luther Blissett“ output is an ever-changing result of a collective process of network creation and re-elaboration“⁸. Eine große Resonanz findet sich auch in ihrem Konzept des „multiplen Namens“ wieder. So wird der Name „Luther Blissett“ von Menschen in ganz Europa in unterschiedlichster Weise benutzt: Zum Beispiel von Demonstranten, die ihn bei Polizeiverhören als Namen angeben, um die Ermittlungen zu erschweren. Internetaktivisten benutzen ihn, um unter diesem Namen Medienfakes zu lancieren.

Ein gewisser Luther Blissett brachte die italienische Version der Fernsehsendung „Bitte melde dich!“ dazu, nach seinem angeblich verschollenen, aber in Wirklichkeit völlig fiktiven Freund Harry Kipper zu suchen etc. Ähnlich subversive Strategien verfolgen z. B. „Adbuster“, „RTMark“ oder „Deportation Class“. Bei all diesen Projekten nimmt die massen-

mediale Berichterstattung eine Schlüsselstellung ein: Zum einen kommen diese gegenöffentlichen Akteure ohne journalistische Publizität, die sie populär macht, nicht aus, zum anderen brauchen sie mediale Vorlagen, die sie in ihrem Sinne verfremden können.

Fazit

Durch technischen, gesellschaftlichen und politischen Wandel wird Gegenöffentlichkeit immer wieder neu konstituiert. Zurzeit kann man eine Renaissance gegenöffentlicher Kommunikations- und Informationskonzepte beobachten. „Moderne“ Vertreter von Gegenöffentlichkeit verstehen sich dabei nicht mehr als strikte Oppo-

„Hier entstehen Peer-to-Peer-Netzwerke, die klassische Funktionen von Journalismus wie Orientierung und Service überflüssig machen.“

sition zu den klassischen Massenmedien, sondern nutzen diese für ihre Ziele. Eine solche Entwicklung ist für den Journalismus mit Chancen und Risiken behaftet. Redaktionelle Angebote von Massenmedien (offline und online) unterscheiden sich nicht nur strukturell von gegenöffentlichen Angeboten, sondern auch inhaltlich. Kenntnisse der Gegenöffentlichkeit bzw. die Nutzung derer Quellen können hilfreich einerseits bei der Informationsrecherche, andererseits bei der Umsetzung neuer (formaler) Konzepte sein. Allerdings ist ein Großteil der Informationsangebote kritisch zu hinterfragen, da vielfach der Journalismus instrumentalisiert werden soll. Eine größere Sensibilität und neue Wege für den Umgang mit kritischer Öffentlichkeit bzw. Gegenöffentlichkeit sind dabei die Voraussetzung.

Endnoten:

1. Lovink (1992), S. 26.
2. So z. B. die Monatszeitschrift „Graswurzelrevolution“.
3. Weichler (1987), S. 389.
4. Ebd., S. 392.
5. SZ, 16.4.2004, S. 15.

6. www.neon.de.
7. Blissett (2002).
8. www.lutherblissett.net.

Literatur:

BLISSETT, L. (2002): Q, München.
 LOVINK, G. (1992): Hör zu – oder stirb! Fragmente einer Theorie der souveränen Medien, Berlin.
 WEICHLER, K. (1987): Die anderen Medien. Theorie und Praxis alternativer Kommunikation, Berlin.

Weitere Informationen:

ADBUSTERS – www.adbusters.org
 ATTAC – www.attac.de
 DEPORTATION CLASS – www.deportation-class.com
 GRASWURZELREVOLUTION – www.graswurzel.net
 HAUSDRECK – www.archiv-kiel.de/hausdruck
 INDEPENDENT MEDIA INSTITUTE – www.alternet.org
 INDYMEDIA – <http://de.indymedia.org>
 INITIATIVE NACHRICHTENAUFKLÄRUNG – www.nachrichtenaufklaerung.de
 LUTHER BLISSETT – www.lutherblissett.net
 NADIR – www.nadir.org/nadir
 NEON MAGAZIN – <http://neon.stern.de>
 NETTIME MAILING LIST – www.nettime.org
 ONE WORLD TV – <http://tv.oneworld.net>
 OPENDEMOCRACY – www.opendemocracy.net/home/index.jsp
 ROHRPOST – <http://post.openoffice.de/cgi-bin/mailman/listinfo/rohrpost>
 RTMARK – www.rtmk.com
 DIE TAGESZEITUNG – www.taz.de
 TELEPOLIS – www.heise.de/tp
 TEXTZ – www.textz.com
 WTO-KRITIK – <http://listi.jpberlin.de/mailman/listinfo/wto-kritik>

Der Autor:

Jeffrey Wimmer ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IfKW) der Ludwig-Maximilians-Universität München. Seine Lehr- und Forschungsschwerpunkte sind Gegenöffentlichkeit, Theorie und Praxis der PR und Internationale Kommunikation.
 Kontakt: wimmer@ifkw.uni-muenchen.de

Spannungsfeld Fachjournalismus

eine Gratwanderung zwischen Wirtschaftlichkeit und journalistisch-wissenschaftlicher Akribie

Zusammenfassung:

Der folgende Beitrag beschäftigt sich mit dem spannungsgeladenen Alltag eines freien Fachjournalisten. Mit Hilfe von E-Mail-Fragebögen, die an Düsseldorfer Fachjournalisten im Mai 2005 versandt wurden, konnte das unbefriedigende Verhältnis zwischen Honorar und Leistung zum einen, aber auch die Notwendigkeit von lukrativeren Finanzquellen als logische Konsequenz dessen festgestellt werden. Die Kombination mehrerer Tätigkeiten zum Gesamteinkommen eines freien Fachjournalisten beinhaltet dabei durchaus einige Fallstricke, deren Handling eine weitere Kompetenz des Redakteurs darstellt.

„Die Bezahlung ist teilweise nur noch als Frechheit zu bezeichnen. Honorare werden gekürzt, Rubriken aufgelöst, es ist ein Trauerspiel.“¹ Ein Trauerspiel, aber warum, und zu wessen Lasten? Können wir uns noch auf das verlassen, was wir in Fachzeitschriften und -artikeln vorgesetzt bekommen? Oder wird einzig

der Produzent belastet, wie hier ein Düsseldorfer Fachredakteur, der lieber ungenannt bleibt, um nicht noch mehr Schwierigkeiten bei der Auftragsakquise zu bekommen? Per definitionem, was ist eigentlich ein Fachredakteur bzw. Fachjournalist? Was muss er leisten und wie arbeitsintensiv gestaltet sich das? „Auf den Punkt gebracht vermitteln Fachredakteure Wissen, Allrounder hingegen Informationen“, so der Deutsche Fachjournalisten-Verband.² Für einen Allround-Journalisten „genügt“ es, Pressetermine wahrzunehmen und über deren Thematik zu berichten. Sein Job liegt in der Breite des Angebots. Nötig ist dafür vor allem: sich tummeln und eine breite Allgemeinbildung.

Wo die Grenzen des Allrounders liegen, beginnt dann das Arbeitsfeld eines Peter Funke, freier Fachjournalist in Düsseldorf: „Meine Tätigkeit besteht nur zu einem Drittel aus Schreiben, der Rest ist Know-how und intensive Recherche.“³ Morgens zwischen 8:00 und 8:30 Uhr beginnt sein Arbeitstag zu Hause „zumeist