



2015/50 dschungel

<https://shop.jungle.world/artikel/2015/50/keine-konzepte>

Der Stellenabbau beim Spiegel

Keine Konzepte

Von **Jörg Sundermeier**

Beim »Spiegel« werden Stellen gestrichen.

Beim Spiegel werden rund 150 Vollzeitstellen gestrichen, 35 davon in der Redaktion und etwa 100 im Verlag. Als der Verlag und Chefredakteur Klaus Brinkbäumer dies vergangene Woche verkündeten, war es eine Art Schock. Stelleneinsparungen waren beim Spiegel bis dahin unbekannt. Auch in anderen Redaktionen war man erschrocken. Beginnt hier das Ende des Printjournalismus?

Im Spiegel läuft das Programm unter dem schelen Motto »Wachsen und Sparen«, so erläuterte es der Spiegel-Geschäftsführer Thomas Hass. Das heißt in diesem Fall, der Spiegel will wieder mehr als die 25 Millionen Euro verdienen, die er im vergangenen Jahr als Gewinn ausweisen konnte. Daher sollen nun zwar 15 Millionen Euro eingespart werden, mit der verringerten Mannschaft aber mehr publiziert werden: Es wird einen Spiegel-Regionalteil für Nordrhein-Westfalen geben, probenhalber, weitere Projekte werden diskutiert.

Man kennt diese Sparmodelle auch aus anderen Medienhäusern – nur gehen sie fast immer zu Lasten der Texte. Diese werden noch kürzer, einfacher und stumpfer, damit die Leserinnen und Leser das, was sie gestern im Internet schon leicht verdaulich vorgefunden hatten – bei Spiegel Online etwa –, später noch einmal genauso simpel im Druck nachlesen können. Was dann übrig bleibt, kann jeder sehen, der sich das neue »Jugendportal« Bento anschaut, wo in altbackener »Jugendsprache« das, was im »großen« Spiegel steht, nochmal für süße Doofis erzählt wird, die auf bunte Bildchen stehen. Hintergründe, genauere Zusammenhänge etc. werden eher beiseite gelassen, wie soll man auch noch recherchieren, wenn man immer noch mehr Texte schreiben muss?

Ursächlich hierfür sind nicht raffgierige Verlagschefs, die mehr erwirtschaften wollen, wie es sich Klein-Fritzchen oder der Reichsbürger oft vorstellen. Es liegt auch nicht daran, dass diese »Sparzwänge« sich aus den Naturgesetzen ableiten, wie Google- und Axel-Springer-Vorstände es immer wieder darstellen. Weder ist »das Papier« zwangsläufig »tot«, noch ist der Printjournalismus einfach zu retten, indem man die Augen schließt und weitermacht. Nur gibt es keine Konzepte in den Verlagen, da das Management selbst glaubt, was es seit den achtziger Jahren immer wieder behauptet hat: Die Qualität der Texte ist egal, wenn die Texte nur zusammen einen Content ergeben. So gleichgültig gegenüber dem eigenen Produkt kann man aber nicht einmal Leberwurst verkaufen.