

1

Begrüßungsrede

2. Dortmunder Mediengespräch

28. Februar 1991, 13.00 Uhr

Industrie- und Handelskammer Dortmund#

---

Anrede

Lieber Herr Präsident Voßschulte ( ? ), lieber Herr  
Oberbürgermeister, sehr geehrte Gäste aus den verschiedenen  
Medien, sehr geehrte Kollegen

*Medienstadt* Mediengespräche in Dortmund. Ich denke, daß diese Stadt besonders  
gut geeignet für ein derartiges Fachtreffen ist. Schließlich  
*Wirtschaftsstadt* konkurrieren hier drei große regionale Abonnementszeitungen um  
ihre Leser. Die Medienlandschaft wird hier komplettiert durch ein  
öffentlich-rechtliches Lokalradio, bis vor kurzem sendete ein  
öffentlich-rechtliches Lokalfernsehen, demnächst kommt das erste  
Dortmunder Privatrado und schließlich produziert hier ein WDR-  
Landesstudio seine Rundfunksendungen. Ein so großes und  
vielfältiges publizistisches Angebot haben nur wenige deutsche  
Städte bieten.

<sup>er Wissenschaft</sup>  
 Dortmund profitiert von seinen Medien. Ich gehöre nicht zu denjenigen, das will ich gleich zu Beginn meines Grußwortes sagen, die in einem Journalisten lediglich einen "Transporteur von eigener Meinung" sehen. Meine bisherige Zusammenarbeit mit Redakteuren war meinerseits immer von der Bereitschaft zum Dialog gekennzeichnet. Ich habe es dabei häufig als befruchtend empfunden, wenn unsere oder meine Universitätsarbeit kritisch begleitet wurde. Diese originäre und vornehmste Aufgabe der Medien sehe ich im übrigen als unabdingbare Stütze unseres pluralistischen Demokratiesystems an - auch wenn dort Dinge angesprochen werden, die wir nicht immer sofort übernehmen wollen oder können. Wie sagte doch schon der österreichische Schriftsteller und Kritiker Alfred Polgar: "Die Presse hat auch die Aufgabe, das Gras zu mähen, das über etwas zu wachsen droht."

*7 Nachdenken über unsere Grundlagen*  
~~Man~~ Reflektion, im übrigen die Basis jeder Wissenschaft, muß manchmal auch von außen angestoßen werden können.

Anrede

<sup>über Universitäten</sup>  
 "Hofberichterstattung" hilft uns nicht weiter, wenn wir die anstehenden Probleme lösen wollen. Und die haben wir zuhauf. Sie kennen sicherlich die Schwierigkeiten, die von den deutschen Hochschulen mit Blick auf die finanzpolitische Großwetterlage gerade derzeit gemeistert werden müssen. Aber ich bin felsenfest davon überzeugt, daß wir das schaffen - auch wenn für uns die Grenze des Machbaren schon vielfach überschritten worden ist.

So hat die Universität Dortmund in den vergangenen fünf Jahren mit über 60 Prozent Zuwachs bei den Erstimmatrikulationen die höchsten Wachstumsraten aller Universitäten in Nordrhein-Westfalen zu verzeichnen. Damit liegen wir in unserem Bundesland ganz weit vor allen anderen.

Schon deshalb sind wir aufgerufen, unser Universitätsmanagement permanent anzupassen und zu verbessern. Damit bin ich schon bei einem Hauptthema der Zweiten Dortmunder Mediengespräche.

"Redaktionelles Marketing", "Personalentwicklung, -führung und -motivation", "Neue Organisationsformen" - das sind die Schlagworte, über die Sie in den nächsten zwei Tagen diskutieren wollen. ~~Ich denke, daß die Organisatoren dieser Veranstaltung äußerst kompetente Referenten aus Verlagen, aus der Wissenschaft oder Consulting-Unternehmen, also aus Theorie und Praxis gewinnen konnten.~~ Ich weiß aus vielen Gesprächen, daß Redaktionsleiter und Chefredakteure mittlerweile vielfach stärker mit Managementaufgaben betraut sind als mit dem Schreiben von Leitartikeln. Auch in den Verlagsleitungen rücken Fragen der Organsiation und besseren Ressourcenausnutzung immer stärker in den Vordergrund. Der französische Journalist und Politiker Jean-Jaques Servan-Schreiber antwortete einmal kurz und prägnant auf die Frage, worin die eigentliche Rolle des Managements liege: "Im intelligenten Reagieren auf Veränderungen!"

Sie alle stehen damit vor den gleichen Problemen wie <sup>ich und</sup> meine Kollegen in der Universitätsspitze. Auch wir können uns nicht mehr so zeitintensiv mit wissenschaftlichen Untersuchungen und den daraus folgenden Erkenntnisprozessen beschäftigen.

Anrede

Diese Fachtagung bietet eine hervorragende Möglichkeit, sich mit den idealtypischen Anforderungen und Vorstellungen sowie der alltäglichen Praxisbelastung in den verschiedenen Medien auseinandersetzen zu können. Die dabei erkennbar werdenden Widersprüche sind eine ideale Grundlage für Diskussionen zwischen Führungspersönlichkeiten aus dem Medienbereich - zwischen Chefredakteuren, Geschäftsführern, Verlagsleitern, Medienberatern, Wissenschaftlern und den Journalisten. Gerade die Massenmedien leben heute nicht nur von Redakteuren mit Witz, Esprit, Charme und Eloquenz. Wer am Markt bestehen will, muß innovativ sein und bereit sein, die notwendigen Anpassungen für eine immer komplexer werdende Gesellschaft mitzugehen - Das weiß ich als gelernter Wirtschaftswissenschaftler nur zu genau. Das ist heute für jedes Unternehmen ein unabdingbares MÜß! So sind die Themen von heute und morgen auch eine gute Anpassung und Fortentwicklung des Ersten Dortmunder Mediengesprächs, als die "Zukunft der Zeitung" intensiv beleuchtet worden ist.

Zusammenarbeit  
von Journalisten  
D.W.

Innovation gilt nicht nur für die Ausbildung Computertechnik

Auch für die Universität Dortmund sind ihre Gesprächsergebnisse von enormer Bedeutung. Schließlich bieten wir hier ein hochschulgebundenes Journalistikstudium an, das seinesgleichen nur in München findet. Ich weiß zwar um die Skepsis dieser hochschulgebundenen Ausbildung aus der Vergangenheit. Aber mittlerweile sind die Skeptiker eines Besseren belehrt.

"Dortmunder" - so nennen sich die Absolventen dieses Studiums selbstbewußt - arbeiten heute als Büro- oder Redaktionsleiter bei Tageszeitungen, in Nachrichtenagenturen oder in den elektronischen Medien. Sie prägen die öffentliche Meinung heute entscheidend mit. Viele wurden mit Ehrenpreisen für Ihre Reportagen und Features ausgezeichnet, erhielten als Beweis ihrer Qualität Stipendien. Viele von ihnen gingen quasi als Exportschlager aus Dortmund auch in viele andere Bundesländer - sie sind gute Botschafter dieser Stadt und ein exponierter Ausdruck des Strukturwandels. Darauf darf ich als Rektor auch ein bißchen stolz sein. Ich bin davon überzeugt, daß Ihre Diskussionsergebnisse im Institut für Journalistik unmittelbar in Forschung und Lehre umgesetzt werden.

Zum Schluß möchte ich neben meinem Kollegen Günther Rager allen Organisatoren dieser Fachtagung, insbesondere den Kollegen und Mitarbeitern aus dem Institut für Journalistik, für ihre Arbeit danken. Den Teilnehmern wünsche ich anregende und informative Gespräche, deren Resultate in die spätere Arbeit einfließen können. Wenn ich das Programm betrachte, können Sie das heute abend bei einem guten Dortmunder Bier noch verteifen. Mein besonderer Dank gilt der Stadt Dortmund und der Industrie- und Handelskammer Dortmund, die diese Tagung maßgeblich gefördert haben.

Herbachs-Keller DUB

# Tagesordnung der Dortmunder Mediengespräche 1991

**Donnerstag, 28. Februar**

Anreise bis 12.45 Uhr

- 13.00 Uhr Begrüßung durch Günter Samtlebe, Oberbürgermeister der Stadt Dortmund
- 13.15 Uhr Referat Werner Schwarzwälder, stellv. Chefredakteur Südkurier Konstanz  
„Organisation von Zeitungsredaktionen“
- 14.00 Uhr Referat Prof. Dr. Gerd G. Kopper, Universität Dortmund  
„Redaktionelles Zeitungsmarketing - Frontlinie der Produktdefinition.  
Ein Bericht zum internationalen Marketing“
- 14.45 Uhr Pause
- 15.00 Uhr Referat Horst Rückle, Geschäftsführer Horst Rückle Team GmbH  
„Grundsätze der Personalentwicklung, -führung und -motivation“
- 15.45 Uhr Statement Christian Wenger, Medien-Consultant  
„Organisationsformen und Personalentwicklung in Zeitschriftenverlagen“

anschließend bis 19.00 Uhr: **Arbeitsgruppen**

- Gruppe 1: Diskussion und Vertiefung des Themas „Organisation von Zeitungsredaktionen“  
Werner Schwarzwälder, stellv. Chefredakteur Südkurier Konstanz
- Gruppe 2: Diskussion und Vertiefung des Themas „Redaktionelles Zeitungsmarketing“  
Prof. Dr. Gerd G. Kopper, Universität Dortmund
- Gruppe 3: Diskussion und Vertiefung des Themas „Personalentwicklung, -führung und -motivation“  
Christian Wenger, Medien-Consultant

anschließend: gemeinsames Abendessen im Auerbachs Keller der Dortmunder Union-Brauerei

**Freitag, 1. März**

- 9.00 Uhr „Kosten-Nutzen-Relationen im Redaktionellen Management“  
Dietrich Oppenberg, Herausgeber der NRZ - Neue Ruhr Zeitung, Essen
- 9.45 Uhr „Personalentwicklung, -führung und -motivation in Zeitungsredaktionen“  
Hans-Wolfgang Pfeifer, Vorsitzender der Geschäftsführung Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH
- 10.30 Uhr „Personalentwicklung, -führung und -motivation in Zeitungsredaktionen“  
Ulrich Zimmermann, Geschäftsführer Z-Team Verlags- und Redaktionsberatung GmbH
- 11.15 Uhr Abschlußdiskussion
- 12.30 Uhr Tagungsende