

Vom Schreibtisch zum Mitglied

Autor(en): **Duval, Fred**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Gewerkschaftliche Rundschau : Vierteljahresschrift des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes**

Band (Jahr): **56 (1964)**

Heft 12

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-354157>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Vom Schreibtisch zum Mitglied

Eugen Hug hat in der «gk» über das kürzlich in Wien durchgeführte Treffen der Gewerkschaftsredaktoren der deutschsprachigen Länder berichtet, und einzelne Redaktoren von Verbandsblättern haben ihre Leser darüber informiert. Nachstehend veröffentlichen wir einen Aufsatz des österreichischen Gewerkschaftsjournalisten Fred Duval, der in «Arbeit und Wirtschaft», der gemeinsam vom Oesterreichischen Arbeiterkammertag und dem Oesterreichischen Gewerkschaftsbund herausgegebenen Monatsschrift (Heft 7/8, Juli/August 1964), erschienen ist.

Aktuelle Probleme der Gewerkschaftspresse

Wer öfter an Gewerkschaftskongressen teilnimmt, sei es als Gast oder, wie der Verfasser, als Berichterstatter, der hört von den ausländischen Gästen immer wieder die Worte: «Wir haben die gleichen Probleme wie ihr!» Natürlich stimmt das – wie die meisten allgemeinen Behauptungen – nur zum Teil. Davon konnte man sich Mitte Mai in Wien bei einer Zusammenkunft von Gewerkschaftsredakteuren aus der Bundesrepublik Deutschland, der deutschsprachigen Schweiz und Oesterreich überzeugen.

Selbstverständlich sind die Grundforderungen gleich, die in diesen drei Ländern (wie in allen übrigen) an die Gewerkschaftspresse gestellt werden. Sie hat mit allen Kräften dazu beizutragen, daß die Gewerkschaften ihre Aufgaben erfüllen und ihre Ziele erreichen, zum Wohle der Mitglieder, aber auch zum Wohle des ganzen Landes. Das klingt pathetisch, umreißt aber nicht nur die Aufgabe der Gewerkschaftspresse, sondern auch ihre große journalistische Verantwortung in einer Welt, die anscheinend nur noch in Verkaufsauflagen und Inseratenpreisen rechnen und denken kann.

In den demokratischen Ländern hat nun die Gewerkschaftspresse die schier übermächtige Konkurrenz der großen Geschäftspresse, vor allem der Bildtageszeitungen und der Illustrierten auszuhalten. Außerdem hat sie die anderen sogenannten Massenmedien Film, Funk und Fernsehen zu berücksichtigen.

(In den volksdemokratischen Ländern gehörten übrigens die Gewerkschaftsblätter zu den ersten Blümchen, die es in der Sonne des nachstalinistischen Tauwetters wagten, ihre Köpfchen naseweis und vorsichtig kritisierend aus dem Schnee herauszustecken.)

Die übermächtige Konkurrenz

Diese übermächtige Konkurrenz gibt es sowohl in der Bundesrepublik Deutschland – wo sie am stärksten ist – als auch in Oesterreich und in der Schweiz. Darüber zu klagen hat wenig Sinn, war

die übereinstimmende Meinung aller Kollegen. Man muß zwar die Tatsachen registrieren, aber gleichzeitig versuchen, einen Ausweg zu finden.

Zu den Tatsachen meinten deutsche Gewerkschaftsjournalisten: «Wenn ein Arbeiter nach achteinhalb oder neun Stunden schwerer Arbeit nach Hause kommt, so hat er dort den Rundfunkapparat, das Fernsehgerät und die Lesezirkelmappe mit den Illustrierten zur Auswahl. Da muß er schon sehr viel Gewerkschaftsgeist in sich fühlen, um zuerst zur Gewerkschaftszeitung zu greifen.»

«In Westdeutschland werden täglich 17 Millionen Zeitungsexemplare auf den Markt geworfen. Allein die ‚Bild-Zeitung‘ hat monatlich 75 Millionen Exemplare, denen alle Gewerkschaften zusammen im Monat nur 9 Millionen Exemplare gegenüberstellen können. Dazu kommt noch, daß wir in der Bundesrepublik keine Arbeiterpresse mehr haben. Die Tageszeitungen aber, die der Sozialdemokratischen Partei nahestehen, folgen der Tendenz der SPD, zur Volkspartei werden zu wollen, so gründlich, daß sie gewerkschaftlichen Fragen bei weitem nicht mehr den gleichen Platz wie früher einräumen.» (Eine ähnliche Entwicklung scheint sich auch in Oesterreich anzubahnen. Es sind durchaus nicht immer die sozialistischen Blätter, die den gewerkschaftlichen Äußerungen die größte Aufmerksamkeit widmen!)

Dazu die Schweizer Kollegen: «Die Schweiz hat eine verhältnismäßig starke Zeitungsdichte, nämlich 300 Zeitungen allgemeinen Inhalts für 5 Millionen Leser. Die starke Streuung der Tagespresse hat den Vorteil, daß sie bis in die entlegensten Bauernhäuser kommt. Die Schweizer Presse vertritt im großen und ganzen den bürgerlichen Standpunkt. Die sozialdemokratischen Zeitungen versuchen, im Bestreben, über die Arbeiterschaft hinaus in weitere Kreise zu kommen, die parteimäßige Bindung nach außen hin abzuschaffen und sich als ‚Volkszeitungen‘ zu geben. Es hat sich eine gewisse Scheu eingestellt, gewerkschaftliche Themen zu behandeln. Ein großer Nachteil für die Gewerkschaften ist das Fehlen einer gemeinsamen eigenen Zeitung. Es gab einmal die von einigen Gewerkschaftsvereinigungen herausgegebene Wochenzeitung ‚Nation‘. Sie spielte zwischen den Kriegen eine große Rolle in der Bekämpfung der nationalsozialistischen Infiltrationsversuche. Nach dem Krieg ist sie ins Sensationelle abgerutscht, machte Konzessionen an die Boulevardpresse, verlor viele Abonnenten, die seriöse Information und Gesinnungspresse wollten, und wurde schließlich eingestellt.»

Für Oesterreich sagte Fritz Klenner, das OeGB-Zentralorgan «Solidarität» verursache beträchtliche Kosten, sei aber von verhältnismäßig geringer Wirkung, wenn man damit die Verbreitung und die viel wirkungsvollere Aufmachung der gängigen Illustrierten vergleiche. Klenner meinte, der Oesterreichische Gewerkschaftsbund stehe vor der Aufgabe, sich der Entwicklung anzupassen und den

Mitgliedern etwas zu geben, was in der Form und der Verbreitung den Illustrierten entspreche.

Ueber diese Forderung nach dem «Sich-der-Entwicklung-Anpassen» entstand eine überaus lebhaft Diskussion. Hier sei aber kurz gefragt: Wird dieser Forderung nicht ohnehin unterbrochen Rechnung getragen?

Gewaltige Veränderungen

Vergleicht man die Gewerkschaftspresse etwa von 1954 mit der heutigen, so zeigen sich in ihrem äußeren Bild etwa in der Bundesrepublik Deutschland Veränderungen, die man nur als revolutionär bezeichnen kann. Eine Entwicklung übrigens, die auch anderswo im vollen Gange ist!

Dabei haben sich folgende drei Grundtypen der Gewerkschaftspresse herauskristallisiert: Das Magazin – der Boulevardtyp – das konservative Gewerkschaftsblatt.

Mit dieser Typisierung (es gibt natürlich auch Mischtypen) ist keinerlei Wertung verbunden, auch nicht mit der Bezeichnung «konservativ». Es geht ja dabei allein um das äußere Bild! Eine schlampig redigierte Gewerkschaftspublikation kann noch so formschön und farbig sein und wird doch keineswegs besser wirken als die äußerlich konservative Publikation, die gut und klar geschrieben ist!

Wo sind nun die Bezeichnungen für die drei Typen her? «Magazin» war ein im 18. Jahrhundert erstmals in England gebräuchter Titel vorwiegend allgemeinbildender und unterhaltender Zeitschriften. Die modernen Magazine sind wöchentlich oder monatlich erscheinende illustrierte Zeitschriften zur Zerstreung, Unterhaltung oder Belehrung. Zu den bekanntesten zählen heute im Westen die Nachrichtenmagazine «Time», «Newsweek» und «Spiegel».

(Vom Magazin unterscheidet sich die Illustrierte durch das größere Format, durch noch mehr Bilder und weniger Text – mit Ausnahme einiger Fortsetzungserzählungen – sowie durch mehr Oberflächlichkeit in der Information.)

Boulevardzeitungen wurden jene Zeitungen genannt, die nicht im Abonnement, sondern auf der Straße am Kiosk verkauft wurden – also in Paris auf den breiten Prachtstraßen, die auf den ehemaligen Wällen (den Boulevards – Bollwerken) angelegt wurden. Boulevardzeitungen bemühen sich um höchste Aktualität in Sport, Film, Theater, Mode und Sensationen jeder Art. Beispiele für diesen Typ sind in Oesterreich etwa «Expresß», «Kurier» und «Kronenzeitung».

Der konservative Zeitungstyp schließlich stützt sich zum Teil heute noch auf einen festen Abonnentenkreis und bemüht sich – trotz Konzessionen an den Boulevardstil – um mäßige Aufmachung sowie um gediegene Information. (Beispiele dafür wären «Die Presse», «Arbeiter-Zeitung» und «Salzburger Nachrichten».)

Konzessionen an die Boulevardpresse?

In der Bundesrepublik Deutschland hat sich innerhalb des letzten Jahrzehnts die große Mehrzahl der Gewerkschaftsblätter aus dem konservativen Typ in einen der beiden anderen gewandelt.

Chefredakteur Jakob Moneta von «Metall» berichtet: «Wir haben ‚Metall‘ bewußt als Gewerkschaftsboulevardzeitung gemacht. Vorher mußten wir feststellen, daß unsere Presse wegen ihrer schlechten Aufmachung, wegen ihrer allzu detaillierten Information von der Masse nicht gelesen wurde. Selbstverständlich legen wir Wert auf korrekte Information, aber wir machen die Verpackung so, daß man danach greift wie nach einem Boulevardblatt.»

Neben «Metall», das vierzehntäglich mit 1,9 Millionen Exemplaren erscheint, vertritt in der Bundesrepublik besonders die «Gewerkschaftspost», das Blatt der Industriegewerkschaft Papier, Chemie, Keramik, diesen Typ, in Oesterreich am ausgeprägtesten die «Solidarität».

Der Redakteur der schweizerischen «Gewerkschaftskorrespondenz», Eugen Hug, meint dazu: «Der Arbeiter kann sich mit einer Gewerkschaftspresse, die die Boulevardzeitung nachahmt, nicht zufrieden geben. Er braucht solide Diskussionsargumente, mit denen er die Meinungen, die der Gewerkschaftsbewegung abträglich sind, bekämpfen kann. Mit einer bloß skizzenhaft angedeuteten Meinung ist ihm nicht geholfen. Da wird er von seinen Gegnern sofort erledigt.»

Der Redakteur des österreichischen Graphikerblattes «Vorwärts», Hans Rusinek, unterstützt diese Meinung aus typographischen Gründen, indem er sagt, im Gewerkschaftsorgan seien nur in wenigen Fällen große Schlagzeilen angebracht. Das sparsame Verwenden von Auszeichnungsschriften, ob im Titel oder im Text, sei nach typographischer Erfahrung wirkungsvoller. Die nur auf Sensation gerichtete Presse könne zur Gefahr für die demokratische Willensbildung werden. Die Frage sei, wieweit die Konzessionen an den modernen Geschmack des Lesers gehen soll.

Auf diese Frage läßt sich aber in der deutschsprachigen Gewerkschaftspresse keine einheitliche Antwort finden. Einig ist man sich allerdings darin, daß die Gewerkschaftspresse inhaltlich an ihrer seriösen und exakten Information festzuhalten habe!

Das umfangreichste deutsche Gewerkschaftsmagazin ist das Organ der Gewerkschaft Öffentliche Dienste, Transport und Verkehr, das «OeTV-Magazin», das monatlich 60 Seiten stark erscheint. Seit Beginn des Jahres 1964 werden die rund eine Million Exemplare des Magazins im Tiefdruckverfahren hergestellt.

Magaziniform haben ferner die monatlich erscheinenden Blätter «Textil-Bekleidung», «Leder-Echo», «Einigkeit» (Nahrung, Genuß, Gaststätten), «Holzarbeiter-Zeitung» sowie das halbmonatliche Blatt «Druck und Papier», das als erstes deutschsprachiges Gewerkschafts-

blatt die Kleinschreibung eingeführt hat, bei der alle Worte mit Ausnahme der Satzanfänge und Eigennamen mit kleinen Anfangsbuchstaben geschrieben werden.

In Oesterreich kann man für diesen Typ die Zeitschrift der jugendlichen Arbeiter, «hallo», nennen, die in etwas kleinerem Format im Tiefdruckverfahren hergestellt wird.

Dem konservativen Typ entsprechen schließlich alle Schweizer Gewerkschaftsblätter, in Deutschland etwa das Blatt «Der deutsche Beamte», in Oesterreich der «Vorwärts».

Allerdings erscheinen die Blätter der größeren Schweizer Gewerkschaften alle wöchentlich mit vier bis zwölf Großformatseiten, was ihnen hinsichtlich der Aktualität große Möglichkeiten bietet.

In der Bundesrepublik Deutschland ist das einzige wöchentlich erscheinende Gewerkschaftsblatt die «Welt der Arbeit». Sie ist eine richtig großformatige Wochenzeitung, sehr gut gemacht, erreicht aber – da sie verkauft und nicht, wie alle anderen deutschen, österreichischen und schweizerischen Gewerkschaftsblätter, als Mitgliederblatt frei zugestellt wird – nur eine verhältnismäßig kleine Auflage. Alle anderen deutschen Blätter erscheinen entweder zweiwöchentlich oder monatlich. Die notwendige Folge des weniger häufigen Erscheinens ist der Ausbau der Pressedienste der einzelnen Gewerkschaften, durch die sie die Öffentlichkeit, und damit indirekt auch die Mitglieder, über Gewerkschaftsfragen informieren.

Auch in Oesterreich geht die Entwicklung zum weniger häufigen Erscheinen. Nur die Mitglieder der Gewerkschaft der Metall- und Bergarbeiter sowie der Gewerkschaft der Privatangestellten bekommen jede Woche eine Zeitung, nämlich abwechselnd ihr Gewerkschaftsblatt und das OeGB-Zentralorgan.

In Oesterreich wurde im vergangenen Jahrzehnt die Aufmachung der «Solidarität» zweimal ziemlich verändert. Stärkere Veränderungen gab es ferner bei der Zeitung der gastgewerblichen Arbeitnehmer, des persönlichen Dienstes, der Metall- und Bergarbeiter, der Handels- und Transportarbeiter sowie der Zeitung der Bau- und Holzarbeiter. Aber auch die anderen Gewerkschaftsredaktionen waren bemüht, ihren Blättern ein gefälliges und modernes Aussehen zu geben. (Unsere «Arbeit und Wirtschaft» ist seit 1962 ein Mischtyp von «Magazin» und «konservativer» Zeitschrift.)

In der Schweiz dokumentiert sich die jahrzehntelang ununterbrochene Tradition der Gewerkschaftsbewegung in der Tatsache, daß auch von 1954 auf 1964 die äußere Form der Gewerkschaftsblätter nahezu unverändert blieb.

Man muß aber unseren Schweizer Kollegen neidlos ein überaus hohes journalistisches Niveau bestätigen. Der gepflegte Stil und die Weltoffenheit der Schweizer Gewerkschaftsblätter wiegen den weitgehenden Verzicht auf Illustration, Farbe und Lebhaftigkeit mehr als auf.

Sorgen – Wünsche – Unterschiede

Den Schweizer Gewerkschaftern erwachsen in ihrer Pressearbeit zusätzliche Schwierigkeiten einesteils aus der Mehrsprachigkeit ihres Landes, andererseits aus dem Fehlen einer einheitlichen Gewerkschaftsbewegung, wie sie im Deutschen und noch mehr im Oesterreichischen Gewerkschaftsbund besteht. (Da ja in Deutschland die Deutsche Angestelltengewerkschaft außerhalb des DGB steht!)

Bei einer Mitgliederzahl von rund einem Drittel der österreichischen und einem Zwölftel der deutschen Gewerkschaften müssen die dem Schweizerischen Gewerkschaftsbund angehörenden Verbände 28 Zeitungen herausgeben. Die größeren Gewerkschaften müssen ihre Blätter in drei Ausgaben – deutsch, französisch und italienisch – herausbringen, wobei diese drei Ausgaben inhaltlich durchaus nicht gleich sind, sondern neben einem gemeinsamen Hauptteil jede ihren besonderen Charakter zu wahren trachten. Andere Gewerkschaften haben miteinander französische bzw. italienische Blätter, die Seidenweber haben ein zweisprachiges Blatt (deutsch-französisch), und schließlich gibt es ein italienisches Organ für alle Gewerkschaften, die kein eigenes italienisches Blatt haben.

Hingegen hat der SGB kein Zentralorgan, wobei allerdings die ausgezeichnet redigierte wöchentliche «Gewerkschaftskorrespondenz» als ein Pressedienst fungiert, dessen wichtigste Beiträge in fast allen Blättern unverändert wiederkehren.

Fruchtbarer Neid

Die Schweizer, aber auch die deutschen Gewerkschaftsjournalisten beneiden die Oesterreicher um ihr Zentralorgan, das, wenn auch zum Teil in veränderter Form, doch an jedes der eineinhalb Millionen Mitglieder des Gewerkschaftsbundes gelangt.

Die deutschen Kollegen beneiden die Oesterreicher darum, daß alle Gewerkschaftszentralen an einem Ort sind, was die Koordinierung der Pressepolitik und der Oeffentlichkeitsarbeit bedeutend erleichtert, während in der Bundesrepublik viel Informationsarbeit nicht zentral gemacht werden kann, sondern sechzehnfach aufgesplittert ist.

Die Schweizer beneiden die Deutschen und die Oesterreicher um die Einheit der Gewerkschaftsbewegung, die auch eine gesunde finanzielle Basis für die publizistische Arbeit garantiert, was sich in der großen Zahl der zentralen Publikationsorgane äußert.

Die Oesterreicher beneiden die Deutschen um die Leistungsfähigkeit ihrer modernen Druckereien. (So hat die IG Metall in Frankfurt eine der modernsten Großdruckereien der Bundesrepublik eingerichtet.)

Schließlich beneiden die Deutschen und die Oesterreicher die Schweizer Kollegen um die demokratische Reife des Schweizer Volkes.

Fragen der Oeffentlichkeitsarbeit

Bei einer Zusammenkunft von Gewerkschaftsredakteuren kommen auch Fragen zur Sprache, die über engere Tätigkeitsgebiete der Gewerkschaftspresse hinausreichen. Das kommt zum Teil davon, daß die Gewerkschaftspresse informierend, aufklärend und werbend sowohl nach innen wie auch nach außen wirken muß, und zum Teil davon, daß in vielen Fällen die Redakteure in Personalunion andere Aufgaben der Oeffentlichkeitsarbeit erfüllen müssen. Dieser Problembereich ist allerdings so umfangreich, daß er im Rahmen dieses Beitrages nur gestreift werden kann.

So wurde lebhaft über den Wert von Gewerkschaftsinseraten in der Tages- und Wochenpresse diskutiert. Während es solche Gewerkschaftsinserate nur in Deutschland und in Oesterreich gibt, erscheinen Unternehmerinserate in allen drei Ländern. Besonders aggressiv ist dabei die schweizerische «Aktion für freie Meinungsbildung», die unter dem Kennwort «Trumpf Buur» (die höchste Karte unter den schweizerischen Spielkarten) allwöchentlich in Tages- und Wochenzeitungen inseriert. Von einer «freien Meinungsbildung» ist allerdings keine Rede, sondern es wird immer wieder in schärfster polemischer Form gegen alles Stellung genommen, was nach einem Gewerkschaftsziel aussieht, ob es sich nun um Arbeitszeitverkürzung, um einen Lohnkampf, um die Bekämpfung der Bodenspekulation oder um Mietzinskontrolle handelt. Dem könnten natürlich die Gewerkschafter entsprechend entgegen, wenn sie das Geld für eine solche Dauerberieselung hätten.

Auch in der Bundesrepublik hat es längere Zeit gedauert, bis neben den verschiedenen Unternehmerinseraten gewerkschaftliche Stellungnahmen auftauchten. Eine Reihe von Unternehmerinseraten tarnt sich unter dem Titel «Die Waage – Gemeinschaft für sozialen Ausgleich».

Man beachte die verschämten Firmenschilder der Inserate «Freie Meinungsbildung» und «Sozialer Ausgleich»! Demgegenüber muß man den österreichischen Unternehmern fast ein Lob für die Offenheit aussprechen, mit der sie vor einiger Zeit unter dem Schlagwort «Das leistet der Unternehmer für uns alle» eine Inseratenkampagne laufen ließ.

Da hieß es zum Beispiel einigermaßen naiv: «Arbeit und Brot gibt uns der Unternehmer. Durch die ständige Anpassung an die Wünsche des Käufers sichert er aber auch unseren Arbeitsplatz für die Zukunft.»

An Aggressivität und Wirkung stehen jedenfalls die österreichischen Unternehmerinserate weit hinter den deutschen und schweizerischen zurück.

In der Bundesrepublik Deutschland begann die IG Metall «zurückzuschießen», vor allem bei großen Arbeitskonflikten. Inseratenwerbung kostet selbstverständlich viel Geld. (Eine Seite im «Spiegel» kostet rund 130 000 Schilling!) So wendete die IG Metall für die Propagierung ihrer Forderung nach «zusätzlichem Urlaubsgeld» (das unserer Urlaubsremuneration entspräche) bisher rund 3 Millionen Schilling für Inserate in Tages- und Wochenzeitungen auf. Auf 1,9 Millionen Mitglieder umgeschlagen, ist das allerdings nicht mehr so aufregend.

Seit einiger Zeit verfaßt der DGB klug geschriebene Inserate, mit denen er um Verständnis für wichtige Anliegen der Gewerkschaften wirbt. Mit diesen Inseraten wurde auch der bis dahin nur wenig im Licht der Öffentlichkeit stehende DGB-Präsident Ludwig Rosenberg weithin bekannt gemacht.

Trotz der hervorragenden Qualität der deutschen Gewerkschaftsinserate braucht der OeGB keinen Vergleich zwischen ihnen und den Inseraten zu scheuen, die er zweimal im Jahr, nämlich zu Neujahr und am 1. Mai, in Tageszeitungen und in den wichtigsten Zeitschriften erscheinen läßt.

Kampf um Herzen und Hirne

Mit Bedauern stellten die deutschen Kollegen fest, daß sie dem «Rundfunkspiegel» der Unternehmer noch nichts entgegensetzen können. Dieser «Rundfunkspiegel» verteilt ständig Lob und Tadel für Sendungen des Fernsehens und des Rundfunks. Wenn irgendwo in der Bundesrepublik eine «Gewerkschaftssendung» gelaufen ist, wird unmittelbar darauf das Rundfunkstudio mit einem ungünstigen Artikel im «Rundfunkspiegel» konfrontiert. Das geht so weit, daß sich einzelne Rundfunkredakteure fürchten, im «Rundfunkspiegel» genannt zu werden, weil das bei ihrer Intendanz unliebsames Aufsehen erregen könnte.

Die deutschen Kollegen überlegen, ob es nicht möglich wäre, dem «Rundfunkspiegel» der Unternehmer einen Rundfunkspiegel des Gewerkschaftsbundes gegenüberzustellen, um auch auf diesem Gebiet von der Defensive in die Offensive übergehen zu können.

Dieser Wunsch leitet zu dem Gedanken über, den Rudi Iffland (von der seit einem halben Jahr bestehenden DGB-Werbeabteilung) ausdrückte: «Wir machen uns überall bemerkbar, wo wir eine Chance dazu haben.»

Das wird auch notwendig sein, wenn man bedenkt, wie sehr es überall der praktisch mit unerschöpflichen Geldmitteln arbeitenden Unternehmerpropaganda gelungen ist, die Gewerkschaftsbewegung

als konservativ, als fortschrittsfeindlich, als nicht mehr ins 20. Jahrhundert passenden reaktionären Hemmschuh hinzustellen, der das segensreiche Funktionieren der freien Wirtschaft behindert.

Dazu meint Iffland: «Das Bild, das die Oeffentlichkeit von den Gewerkschaften hat, ist unzureichend und nicht gut. Wir müssen versuchen, der Oeffentlichkeit ein positives Bild zu geben.»

Damit greift die Gewerkschaftspublizistik weit über die Aufgaben hinaus, die seinerzeit die Gewerkschaftspresse zu erfüllen hatte. Aber damals gab es ja auch noch keine Massenmedien!

Der bittere Ausspruch von Eugen Hug: «Es kommt mir oft vor, daß die Gewerkschaften einem starken Manne gleichen, der eine zu schwache Stimme hat, um sich in der Gesellschaft der anderen durchzusetzen», sollte den Ausgangspunkt bezeichnen, von dem aus noch viel Arbeit zu leisten ist. Notwendig wären zunächst einmal gründliche Untersuchungen aller Bereiche der gewerkschaftlichen Oeffentlichkeitsarbeit. Das ist eine Aufgabe, die etwa bei uns unter Umständen die Arbeiterkammer in Zusammenarbeit mit dem Gewerkschaftsbund und dem Institut für Zeitungswissenschaft an der Universität Wien in Angriff nehmen könnte.

Die Zusammenkunft der deutschen, schweizerischen und österreichischen Gewerkschaftsredakteure, die nicht die letzte Zusammenkunft gewesen sein soll, hat jedenfalls eine Diskussion eingeleitet, die man nicht mehr einschlafen lassen sollte.

Fred Duval, Wien

«*Gewerkschaftliche Rundschau*», Monatsschrift des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes. Redaktor: Giacomo Bernasconi, Monbijoustraße 61, 3000 Bern, Telephon (031) 45 56 66, Postscheckkonto 30-2526. Jahresabonnement: Schweiz Fr. 14.—, Ausland Fr. 16.—; für Mitglieder der dem Schweizerischen Gewerkschaftsbund angeschlossenen Verbände Fr. 7.—. Einzelhefte Fr. 1.50. Druck: Unionsdruckerei Bern.