

## Zeitung machen im Betrieb: die „Stahl Eule“

Ute Demuth // IKT-Dozentin, Beraterin und Autorin

### HIER LESEN SIE:

- wie interessante und gut lesbare Texte für die Betriebsöffentlichkeit entstehen
- wie ein ansprechendes Layout für eine Betriebszeitung entworfen und umgesetzt wird
- warum das regelmäßige und zuverlässige Informieren der Beschäftigten so wichtig ist

**„Betriebszeitung neu beleben“ – so heißt das ehrgeizige Projekt der Vertrauensleute bei der Peiner Träger GmbH. In diesem Beitrag wird anhand dieses erfolgreichen Beispiels aus der Praxis erklärt, wie man für die Veröffentlichungen von Interessenvertretungen Texte schreibt, die gerne gelesen werden und wie diese Arbeit organisiert werden kann. Denn gerade in Krisenzeiten ist es wichtig, die Belegschaft regelmäßig und zuverlässig zu informieren ...**

Nachdem die Vertrauenskörperleitung (VKL) bei der Peiner Träger GmbH im letzten Jahr neu gewählt wurde, stand für die Kollegen schnell fest: Wir wollen die Betriebszeitung für unsere 1500 Mitarbeiter neu beleben. Die „Schau rein“ hatte vor ihrer Einstellung nur noch zwei regelmäßige Mitarbeiter, das war einfach zu wenig, die Zeitung zu erhalten. Diesmal sollten von Anfang an mehr Leute einbezogen werden.

Torsten Gutschmann, der neu gewählte VK-Leiter, sicherte die Unterstützung durch die IG Metall, sie übernimmt die Kosten und steht im Impressum als inhaltlich verantwortlich. Wie aber schiebt man ein solches Projekt an? Viele Kollegen wollten mitmachen, es gab aber Schulungsbedarf zum Thema Schreiben und Gestalten.

Gemeinsame Seminare sollten Abhilfe schaffen. Neben der Vermittlung von inhaltlichen und handwerklichen Qualifikationen war auch von Anfang an ein Ziel dieser Veranstaltungen, in der Gruppe der Teilnehmenden verbindliche Absprachen zu treffen, um den Bestand der Zeitung langfristig zu sichern. Als Erscheinungstermin für die erste Ausgabe der neuen Zeitung wurde

Anfang März diesen Jahres festgelegt, der Anlass war die für diesen Zeitpunkt geplante Betriebsversammlung. Die Schulungen fanden im Januar und Februar statt. Jeweils vier Tage lang ging es darum, Tipps für das Schreiben von Artikeln zu bekommen, journalistische und gestalterische Grundbegriffe und die Umsetzung mit einer Textverarbeitung zu lernen.

### SEMINAR ZUM THEMA

Vom 1.9. – 4.9.2009 findet im DGB-Tagungszentrum Hattingen ein „Schreibworkshop“ statt.

Nähere Auskünfte erteilt gerne die Autorin ([info@udemuth.de](mailto:info@udemuth.de))

### Die Schreibwerkstatt

Schreiben kann doch eigentlich jeder, oder? Wer schon einmal versucht hat, einen Artikel zu verfassen, weiß, dass das alles andere als einfach ist und viel Arbeit in einem interessanten und gut zu lesenden Text steckt. Die Idee eines Schreibworkshops ist daher das

nötige Grundwissen, ein paar Tricks, aber auch Spaß am Schreiben zu vermitteln.

Es ging mit einer Themensammlung für die erste Ausgabe los: Bei der Auswahl der Inhalte ist es wichtig, zuerst danach zu fragen, was die Beschäftigten wissen wollen – wo besteht Informationsbedarf? Hier standen die Fragen zur anstehenden Kurzarbeit an erster Stelle.

Erste Ideen für Artikel wurden festgehalten und überlegt, welche ständigen Rubriken sinnvoll sind. Die Themensammlung blieb offen und wurde im Laufe der Workshops ergänzt. Veröffentlichungen anderer Interessenvertretungen haben zusätzliche Anregungen geliefert wie z.B. regelmäßig eine Abteilung oder einen Betriebsteil und dort arbeitende Beschäftigte vorzustellen. Der Blick über den Teller rand hatte auch schon erste Konsequenzen für die Form: So waren sich alle schnell einig, dass die Artikel nicht zu lang werden dürfen und Übersichtlichkeit die oberste Priorität bei der Gestaltung haben soll: Längere Artikel sollen mit Zwischenüberschriften gegliedert, Farben sparsam eingesetzt werden und der Orientierung dienen.

Um für die neue VK-Zeitung inhaltlich und formal abwechslungsreich schreiben zu können, wurden im Workshop unterschiedliche journalistische Formen eingeführt ...

### Nachricht und Bericht

Wenn es um das Schreiben von Nachrichten geht, ist der Aufbau ein entscheidendes Element. Bei einem Text über eine zu erwartende Lohnkürzung erwarten wir, dass die Meldung mit eben dieser Information beginnt und nicht erst ausholt und über die über 200-jährige Geschichte des Betriebes erzählt. Das Wichtigste kommt also zuerst.

Auf diese Kerninformation folgen die anderen Elemente: Hintergrund, Zusammenhänge, weitere Informationen.

Möglichst alle der sogenannten W-Fragen müssen beantwortet sein: Wer hat was getan bzw. wem ist was widerfahren? Wann? Wo? Wie? Warum? Und die Frage nach der Quelle darf natürlich nicht fehlen: Woher kommt die Information? Zum guten Ton beim Schreiben für die Betriebszeitung – und das gilt für alle journalistischen Formen – gehört es, Namen und Funktionen vollständig und richtig zu nennen.

Die längere Form der Nachricht ist der Bericht. Er unterscheidet sich erstmal nicht von der Nachricht, die Anordnung der Elemente mit absteigender Wichtigkeit und die Anforderung, dass die Sprache klar und verständlich ist, gelten auch für den Bericht. Aufgrund seines größeren Umfangs können hier allerdings mehr Zusammenhänge und Hintergründe dargestellt, die Vorgeschichte der Ereignisse vertieft und genauer interpretiert werden. Er enthält meist einen kleinen Vorspann, der zum Weiterlesen animieren soll sowie einen Schluss, der ihn abrundet.

Bei der Nachricht und dem Bericht ist Objektivität gefragt – damit ist größtmögliche Genauigkeit, Vollständigkeit und Überprüfbarkeit gemeint. Eine eigene Position schließt das nicht aus, im Gegenteil, wer schreibt, braucht einen Standpunkt.

### Die Reportage

Die Reportageperspektive ist die eines stellvertretenden Beobachters: Ein Ereignis wird so geschildert, wie der Reporter es erlebt. Das macht diese Darstellungsform subjek-



*Der Kopf der neuen Zeitung: Die Eule ist das Wahrzeichen der Stadt Peine, die verwendeten Farben Grau und Orange sind die Farben des Arbeitgebers. Der Strich oben geht über alle vier Seiten, und auch die Eule wird – allerdings kleiner – über alle Seiten mitgeführt ...*

tiv. Dennoch zählt die Reportage zu den informierenden Darstellungsformen: Sie erzählt von Tatsachen, allerdings mit persönlicher Färbung. Im Gegensatz zur Nachricht hat die Reportage einen dramaturgischen Aufbau, im Verlauf wird sie immer spannender.

Aber auch hier spielt der Anfang eine große Rolle, die Leserschaft muss auf das was kommt neugierig gemacht werden. Die Reportageform kann eine gute Wahl sein, wenn ein Kollege den Ablauf einer Demonstration aus Teilnehmerperspektive schildert oder eine Kollegin an ihrem Arbeitsplatz portraitiert wird. Mit Sicherheit ist es eine anspruchsvolle Darstellungsform, die einige Übung erfordert.

### Der Kommentar

Fakten gehören also in die tatsachenorientierten Formen wie Nachricht, Bericht oder Reportage. Meinung oder persönliche Einschätzung hingegen haben ihren Platz in Kommentar, Glosse, Kritik, Leitartikel oder Kolumne (siehe „Weiterführendes“ am Ende des Artikels).

Für kommentierende Formen gilt: Sie können nicht ausgewogen und objektiv sein, sondern geben grundsätzlich die subjektive Sichtweise des namentlich genannten Autors wieder. Ein guter Kommentar argumentiert und haut nicht nur drauf – schließlich soll die Leserschaft von der eigenen Meinung überzeugt werden.

Damit die Beschäftigten wissen woran sie mit einem Artikel sind, ist es wichtig die kommentierenden und informierenden Formen nicht zu vermischen.

### Das Interview

Von einem Interview spricht man, wenn sich die Gesprächsform bei der Veröffentlichung noch erkennen lässt. Den verschiedenen Interviewarten (Expertengespräch, Meinungsinterview oder Personenportrait) gemein ist ein großer Unterhaltungswert: Interviews werden einfach gerne gelesen.

Jedes gute Interview verlangt aber eine sehr gute Vorbereitung auf den Gesprächspartner und das Thema. Auch wenn man sich kennt – etwa im Gremium – kann so ein Frage-/Antwort-Artikel Abwechslung in die Zeitung bringen.

### Das Portrait

Das Portrait ist eigentlich keine Darstellungsform, sondern ein Inhalt. Personenporträts können z.B. eine Mischform aus Interview und Reportage sein. Porträts können sogar kommentierende Elemente enthalten.

Ein Personenportrait eignet sich gut, Persönliches in der Zeitung unterzubringen, z.B. Beschäftigte regelmäßig vorkommen zu lassen und so der Leserschaft Raum zu geben. Nicht zuletzt macht eine ständige Rubrik etwa nach dem Motto „Frau X und ihr Arbeitsplatz“ neugierig auf die nächste Ausgabe.

Die Peiner Redaktionsgruppe hat sich dafür entschieden, in der jeder Ausgabe einen Kommentar passend zum Hauptartikel zu veröffentlichen, Thema für die Ausgabe 1 war die Auswirkung der Wirtschaftskrise auf die Peiner Träger GmbH. Auch das Portrait wird verwendet, in Interviewform und mit Foto wird in der Rubrik „Einer von

uns“ in jeder Ausgabe ein Mitglied des Vertrauenskörpers vorgestellt.

Ein weiterer fester Bereich ist auch der Info-Kasten „Wusstest Du schon“, in dem in der ersten Ausgabe auf das Recht auf Bildungsurlaub hingewiesen wird. Und

Fehler, Ungereimtheiten, Dialekt und „Ähhs“ werden in der Verschriftlichung weggelassen. Sie werden fast immer gekürzt, denn wir reden selten druckreif. Die Wortwahl aber sollte gelassen werden, sie macht das Besondere aus.

**„Wichtig ist, die Zielgruppe nicht aus den Augen zu verlieren und so zu schreiben, dass alle verstehen was gemeint ist.“**

schließlich werden in der Rubrik „Ich bin Mitglied, weil ...“ regelmäßig kurze Stellungnahmen von Gewerkschaftsmitgliedern gedruckt.

## Tipps zum Schreiben

Es ist gar nicht so leicht, sich verständlich und klar auszudrücken. Wenn man ein paar einfache Regeln beachtet, kann das aber schon der erste Schritt zu einem Text sein, den die Beschäftigten gerne lesen werden: Dazu gehört, zumindest für die Nachrichtentform, dass die Sätze kurz sind. Oft kann statt eines Kommas auch ein Punkt gesetzt werden.

Komplizierte Satzkonstruktionen gehen ebenso wie das Vermischen von Aussagen auf Kosten der Verständlichkeit. Einschübe sollten deshalb vermieden oder kurz gehalten werden (Faustregel: nicht mehr als sechs Wörter oder 12 Silben). Empfehlenswert ist auch, konkret statt abstrakt zu formulieren, z. B. also „Gründe“ statt „Motivstrukturen“ zu schreiben.

Auch sind kurze Wörter in der Regel verständlicher als lange. Fremdwörter sollten vermieden werden. Beide Anforderungen lassen sich mit dem Griff zum richtigen Lexikon (Synonym- und Fremdwörterbuch) oder einer kurzen Internetrecherche lösen. Wichtig ist, die Zielgruppe nicht aus den Augen zu verlieren und so zu schreiben, dass alle verstehen was gemeint ist.

Gerade etwas dröge Informationstexte können mit Zitaten spannender werden. Den Hintergrund, die Fakten muss allerdings der Autor liefern, von den zitierten Personen kommen nur Meinungen und Stimmungen. Beim Schreiben ist zu beachten, dass Zitate immer bearbeitet werden:

Im Workshop gab es deshalb viele Übungen: Satzmonster wurden auseinander gepfriemelt, Fremdwörter übersetzt und Zitate eingebunden.

Wer sich dazu selbst ans Üben machen möchte, findet viel Literatur dazu (siehe „Weiterführendes“ am Ende des Artikels), das Wichtigste ist jedoch, dranzubleiben. Wer viel schreibt, dem geht jeder neue Artikel wieder etwas leichter von der Hand. Was die Peiner Redaktionsgruppe als motivierend und auch erleichternd empfunden hat, ist, dass kein Text im ersten Angang perfekt sein muss ...

## Schreiben als Teamwork

Da man die eigenen Fehler leicht übersieht und das lange Arbeiten an einem Text betriebsblind macht, wurde gleich die erste verfasste Nachricht vom Tischnachbarn gegengelesen. Das erfordert Sorgfalt und Fairness, denn wenn der eigene, mühevoll erstellte Text zerpfückt wird, ist das nicht so ganz einfach.

Wer die Texte anderer liest, sollte sich zunächst darüber im Klaren sein, auf was geachtet werden muss. Im Laufe des Workshops wurde dazu eine Checkliste entwickelt: Inhaltlich muss geprüft werden, ob alle wichtigen Informationen enthalten sind (W-Fragen). Ist alles sachlich richtig und sind die Quellen überprüft? Sind alle genannten Informationen relevant oder kann etwas weggelassen werden? Ist konkret formuliert und der Text vom Aufbau her verständlich? Gibt es womöglich Gedankensprünge?

Auch das Formale muss natürlich stimmen: Das betrifft die Rechtschreibung und u. a. auch die Frage, ob Zitate ordentlich eingearbeitet sind.

Bei der Frage, wie kritisiert werden soll, haben sich die Peiner auf folgende Punkte geeinigt:

Ruhe und Sachlichkeit auf beiden Seiten, die Kritik soll zielgerichtet sein, nicht zwischen Tür und Angel ablaufen und als Dialog stattfinden. Die kritisierende Person soll möglichst konstruktiv sein und Verbesserungsvorschläge machen. Nicht zuletzt darf auch die Kritik kritisiert werden.

Warum nimmt das Gegenlesen hier einen so großen Raum ein? Ganz einfach: Kritik ist Qualitätssicherung – das gilt nicht nur in großen Redaktionen, sondern auch für die Betriebszeitung.

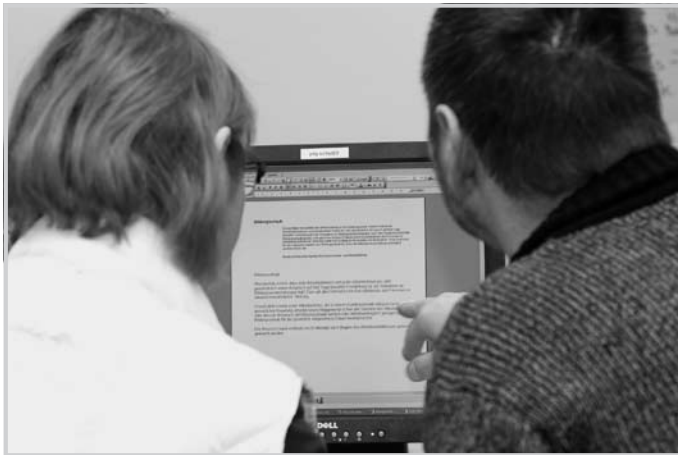
## Die erste Ausgabe

Im zweiten Workshop hat sich die VKL mit dem Layout der Zeitung beschäftigt. Nachdem bereits beim ersten Zusammentreffen ein Name gefunden worden war, konnte es jetzt direkt an die Gestaltung des Zeitungskopfes gehen.

Die Eule, das Wahrzeichen der Stadt Peine, wurde vor das IG Metall-Logo gesetzt, daneben der Schriftzug „Stahl Eule“. Farblich haben sich die Kollegen am Corporate Design des Arbeitgebers orientiert. Beim Entwerfen der ersten Layouts mit Papier und Bleistift wurde schnell klar, dass das Format DIN-A-4 sein soll, da die gestalterischen Möglichkeiten hier weniger eingeschränkt sind als im handlicheren A-5-Format.

Nachdem sich alle auf ein Design der vierseitigen Zeitung geeinigt und erste Erfahrungen im Gestalten mit Word gesammelt hatten, wurden die Texte entsprechend ins Layout eingepasst (ausführlicher zum Layout von Drucksachen siehe: „Drucksachen gestalten: kleine Tricks, große Wirkung“, in: CuA 8-9/2008, 62 ff.). Nach letzten Absprachen mit der Druckerei stand die erste Ausgabe der „Stahl Eule“ zum Ende des zweiten Workshops.

Sowohl beim Finden des Zeitungsnamens als auch bei der Gestaltung des Kopfes und bei den vielen Formulierungs- und Formatierungsversuchen haben die Kollegen die Erfahrung gemacht, dass man sich in einer Gruppe gut ergänzen kann. Und es sind einige verborgene Talente zum



Gemeinsame  
Arbeit am Text der  
„Stahl-Eule“...

Vorschein gekommen. Gremien, die ähnliches planen, sollten die Arbeit ebenso wie die Peiner auf viele Schultern verteilen: Im Team lässt sich vieles leichter lösen.

## ... und wie es dann weitergeht

Schön, die erste Ausgabe in den Händen zu halten, aber wie geht es jetzt weiter? Die VKL in Peine geht das so an: Themen, die nicht den Weg in die erste Ausgabe gefunden haben, sind nicht verloren. Einmal festgehalten, stehen sie solange auf einer Liste, bis sie zu einem Artikel werden oder aus guten Gründen gestrichen werden.

Diese Arbeitsliste enthält Themen, Aufgaben, Abgabetermine und die Namen derer, die zuständig sind. Geplant ist, die Liste regelmäßig per E-Mail an alle zu schicken, so ist die ganze Gruppe immer auf dem neuesten Stand. Die Zeitung ist fester Tagesordnungspunkt auf den VKL-Sitzungen.

Die kurze Zeit zwischen Fertigstellung der Zeitung und Drucklegung hat gereicht, zu zeigen, wie schnell Nachrichten überholt sein können: Die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Peiner Träger GmbH sind massiver als noch Ende Februar gedacht, so dass der Hauptartikel des Blattes nicht mehr aktuell war. Aber die VKL hat schnell gehandelt und den Artikel umgeschrieben – auch für einen solchen Fall ist es gut, auf eine ganze Gruppe von Zeitungsmachern zurückgreifen zu können.

Vom Personalleiter bis zum Kollegen aus der Produktion: Die Resonanz auf die erste „Stahl Eule“ war durchweg gut. Und die zweite Ausgabe der Peiner Vertrauensleutezeitung steht inzwischen auch.

Das ist gut so, denn die Verunsicherung der Beschäftigten ist groß: Gerade in der Krise ist es wichtig, regelmäßig und zuverlässig zu informieren.

Für den Spätherbst ist geplant, an die Belegschaft zu gehen und zur Mitarbeit einzuladen: Das „Wir“ bei den Peiner Trägern zu fördern, ist eines der Ziele, die mit der neuen Zeitung verfolgt werden sollen – die Redaktionsgruppe geht mit gutem Beispiel voran.

### Autorin

**Ute Demuth** berät, schult und schreibt zum Thema Öffentlichkeitsarbeit und Medieneinsatz in der Betriebs- und Personalratsarbeit, [info@udemuth.de](mailto:info@udemuth.de), [www.udemuth.de](http://www.udemuth.de)

### Weiterführendes

#### Bücher zum Thema:

Gröschel, Uta C. (Hrsg.): Betriebsrat professionell / Methoden und Kompetenzen für eine erfolgreiche Interessenvertretung, 2006

Häusermann, Jürg: Journalistisches Texten / Sprachliche Grundlagen für professionelles Informieren, 2005

Nafroth, Wolfgang: Themen zum Thema machen, 2000

Schneider/Raue: Das neue Handbuch des Journalismus, 2008

#### Links zum Thema:

Bei Zweifelsfällen in der Rechtschreibung:

- ▶ [www.korrekturen.de/forum/](http://www.korrekturen.de/forum/) oder
- ▶ [www.duden.de](http://www.duden.de)

Zu journalistischen Darstellungsformen:

- ▶ [http://de.wikipedia.org/wiki/Journalistische\\_Darstellungsform](http://de.wikipedia.org/wiki/Journalistische_Darstellungsform)
- ▶ [www.br-online.de/wissen-bildung/telekolleg/faecher/deutsch/medien/folge\\_5/fakten.shtml](http://www.br-online.de/wissen-bildung/telekolleg/faecher/deutsch/medien/folge_5/fakten.shtml)