

Ursula Jacobi
Günter Nahr
Wolfgang R.
Langenbucher
Otto B. Roegele
Marta
Schönhals-Abrahamsohn

Manager der Kommunikation

-
- Teil A:** Die Rolle des Chefredakteurs
im Spannungsfeld von Verlag,
Redaktion und Leser
- Teil B:** Der Zeitungsverleger im Struk-
turwandel der Presse
-

VERLAG VOLKER SPIESS · BERLIN

1977



INHALT

Vorbemerkungen	5
Teil A	7
Inhaltsverzeichnis/ Teil A	9
Tabellenverzeichnis/Teil A	13
1 Einleitung	15
1.1 Ausgangslage	15
1.2 Untersuchungsansatz	16
1.2.1 Stellung des Chefredakteurs	17
1.2.2 Die Bedeutung der Personalpolitik	17
1.2.3 Die Argumente für Mitbestimmung	17
1.2.4 Argumente gegen die Mitbestimmung bei der Wahl des Chefredakteurs	18
1.2.5 Berufsbild und Rekrutierung des Chefredakteurs	18
1.3 Die Rolle des Chefredakteurs in den medienpolitischen Konzeptionen der Parteien, der Verbände und der vorhandenen Redaktions- statute	19
1.3.1 Konzeptionen	19
1.3.2 Positionen der Betroffenen	21
1.4 Der Stellenwert dieser Untersuchung	25
2 Anlage der Untersuchung	29
2.1 Fragestellung	29
2.2 Durchführung der Untersuchung	30
2.3 Untersuchungsstichprobe	32
3 Ergebnisse	34
3.1 Der charakteristische Entwicklungsweg der Chefredakteure	34
3.1.1 Die Herkunft aus bescheidenen Verhältnissen	34
3.1.2 Klassensprecher mit Neigung zum Schreiben	34
3.1.3 Journalistische Berufsziele und unterbrochener Ausbil- dungsweg	36
3.1.4 Die Erfahrungen der Nazizeit und das Bedürfnis, etwas Neues aufzubauen	36
3.1.5 Die Karriere an einer Tageszeitung	38
3.1.6 Die sozialen und wirtschaftlichen Verhältnisse der Chef- redakteure	39
3.2 Die Berufsmotivation der Chefredakteure	39
3.2.1 Aus der Biographie ablesbare Motive	39
3.2.2 Die aktuelle Berufszufriedenheit und ihre Gründe	40
3.2.3 Freiheit und Selbstständigkeit	40
3.2.4 Das Initiations- und Wirkungsbedürfnis	43
3.2.5 Das Resonanzbedürfnis	45
3.2.6 Das Gestaltungsbedürfnis	49
3.2.7 Das Bedürfnis nach Teamführung	51
3.3 Motivationale Unterschiede zwischen jüngeren und älteren Chef- redakteuren	54
3.3.1 Die Frage nach der verursachenden und der abhängigen Variablen	54
3.3.2 Der Stellenwert der Erfahrungen im Dritten Reich	55

3.3.3	Humanitäres Engagement versus institutionelle Veränderung	55
3.4	Motivationale Unterschiede zwischen Chefredakteuren in kleinen und in großen Redaktionen	56
3.4.1	Die Bedürfnisse der Chefredakteure in kleinen Redaktionen	56
3.4.2	Freimütigkeit versus Verschleierung in den Äußerungen ..	57
3.4.3	Die Bedürfnisse der Chefredakteure in großen Redaktionen ..	57
3.5	Die wichtigsten Tätigkeiten des Chefredakteurs	58
3.5.1	Führung und Motivierung des Redaktionskollektivs	58
3.5.2	Die Personalpolitik	60
3.5.3	Das Problem der wirtschaftlichen Entscheidungen im Personalbereich	61
3.5.4	Die wechselseitige Interessenvertretung für Redaktion und Verlag	62
3.5.5	Das Schreiben	62
3.5.6	Die gestaltenden Tätigkeiten	63
3.5.7	Die Orientierung in der Außenwelt	65
3.5.8	Komplexität der Anforderungen und Abstriche in der Realisation	68
3.5.9	Die Tätigkeitsschwerpunkte in kleinen und in großen Redaktionen	68
3.5.10	Die Tätigkeitsschwerpunkte bei jüngeren und älteren Chefredakteuren	71
3.6	Das Verhältnis des Chefredakteurs zur Redaktion	72
3.6.1	Der "primus inter pares"	72
3.6.2	Redaktionsbezogenheit und Abstützung beim Verleger	73
3.6.3	Kollegialität, Sachlichkeit und Anregung	73
3.6.4	Nähe und Distanz als Führungsmittel	74
3.6.5	Die Redaktion als Resonanzfeld	75
3.6.6	Die Vermeidung von Abhängigkeitsverhältnissen	76
3.6.7	Probleme mit Nachwuchsredakteuren und Radikalen	77
3.7	Das Verhältnis zwischen Chefredakteur und Verleger	79
3.7.1	Die Situation des Verlegers	79
3.7.2	Das Verhältnis zwischen Chefredakteur und Verleger aus der Sicht der beiden Partner	84
3.7.3	Die Rekrutierung eines Chefredakteurs	87
3.7.4	Die Überschneidungen in den Tätigkeitsbereichen zwischen Verleger und Chefredakteur	91
3.8	Die Einstellungen gegenüber einer Formalisierung der Beziehungen	93
3.8.1	Die Gesichtspunkte für die gemeinsame Ablehnung	93
3.8.2	Die Gesichtspunkte der Chefredakteure	95
3.8.3	Unterschiede in den Einstellungen der Chefredakteurs-Gruppen	96
3.8.4	Die Reaktionen auf verschiedene Formalisierungsmodelle	96
4	Die Rolle des Chefredakteurs und das Problem personeller Mitbestimmung: medienpolitische Konsequenzen	100
4.1	Das Selbstbild des Chefredakteurs	100



4.2 Die Berufsrolle 'Chefredakteur'	102
4.3 Einstellungen zur Problematik innerredaktioneller Regelungen	103
4.4 Medienpolitische Konsequenzen	104
4.4.1 Innere Pressefreiheit als organisationssoziologisches Problem	104
4.4.2 Kompetenzregelung und personelle Mitbestimmung als untrennbare Einheit	106
4.4.3 Der Markt als ein Steuerungselement	107
4.5 Desiderat: Eine Verlegerstudie	108
<hr/>	
Anmerkungen	110
<hr/>	
5 Anhang	115
5.1 Fragebogen und Gesprächsleitfaden für Chefredakteure	115
5.2 Fragebogen und Gesprächsleitfaden für Verleger	139
5.3 Tabellenteil	151
5.3.1 Zuordnung der Tabellen zu den Fragen	153
5.3.2 Herkunft und Soziodemographie der Chefredakteure ...	154
5.3.3 Motivation, Berufsausbildung und Laufbahn der Chefre- dakture	160
5.3.4 Tätigkeiten und Einstellungen der Chefredakteure	169
5.3.5 Soziodemographie, Herkunft, Ausbildung und Laufbahn der Verleger	179
<hr/>	
Teil B	185
<hr/>	
Inhaltsverzeichnis/Teil B	187