ALFRED HORNÉ

Werkzeitschriften

Spiegelbild des Betriebes oder Propagandapresse?

In Westdeutschland gibt es rund 500 Werkzeitschriften (WZ) mit einer Gesamtauflage von etwa 5 Millionen. Es bedarf also keiner tiefschürfenden Begründung, um nachzuweisen, daß der Einfluß der WZ auf die industrielle Arbeitswelt, auf die Meinungsbildung der Belegschaften und auf die Betriebspraxis in unserer Wirtschaft zu gewichtig ist, als daß Gleichgültigkeit oder Voreingenommenheit gegenüber den WZ empfehlenswerte Verhaltensweisen genannt werden könnten. Und gelegentlich — nicht unbedingt in Zeiten geistiger Trockenheit — belebt denn auch das Thema „WZ" die publizistische Diskussion in der Fachpresse, in Gewerkschafts- und Arbeitgeberzeitungen.

I.

Vorläufer der heutigen WZ gab es schon vor hundert Jahren, in größerer Zahl entstanden sie um die Jahrhundertwende und — als Wieder- oder Neugründung — nach dem ersten Weltkrieg.[1]) Die Wirtschaft war geschwächt, die Gewerkschaften hatten sich zu mächtigen Organisationen entwickelt, und vielen Unternehmern schien die WZ ein geeigneter Weg, die Arbeiter zu beruhigen, den sozialen Frieden zu erhalten und obendrein auf diese Weise etwas Propaganda zu machen, da sie auch damals — wie immer in Nachkriegsjahren — bemüht waren, soziale Fleißkärtchen zu sammeln. Für einige war es freilich mehr als ein Trick und mehr als geplante Taktik. Aber die allgemeine Tendenz war auf Beruhigungsmittel angelegt: Wenn die Arbeiter sich als Mitgliedereiner Betriebsfamilie fühlten, waren sie für sozialistische Programme und gewerkschaftliche Forderungen gewiß weniger anfällig.

Diese „soziale Betriebspolitik" fand dann im „Deutschen Institut für technische Arbeitsschulung" (DINTA) eine überbetriebliche Institution, die sich neben der Herausgabe von WZ auch betrieblichen Schulungs- und Kulturaufgaben — oder was man darunter verstand — widmete. 1930 waren dem DINTA 75 WZ mit einer Gesamtauflage von einer halben Million angeschlossen, darunter als größte die Zeitung der Gutehoffnungshütte (23 000), die „Zechenzeitung" für die Gruppe Hamborn der Vereinigten Stahlwerke (22 300), „Hütte und Schacht", die WZ der Eisen- und Stahlwerke Hoesch (17 000), die „Hüttenzeitung" der Dortmunder Union (15 000) und die „Zechenzeitung" der Gruppe Bochum der Vereinigten Stahlwerke (14 200).[2])

Die Nazis freuten sich über das gemachte Nest und legten durch die „Deutsche-Arbeitsfront" ihre eigenen DAF-Eier dazu: Die WZ feierten den Kult von „Betriebsführer" und „Gefolgschaft" (die Werkschriftleiter waren „Schriftwalter"), hofierten die „nationalsozialistischen Musterbetriebe" und fügten dem ohnehin übelriechenden DINTA-Strauß eine ganze Anzahl weiterer WZ-Blüten hinzu.[3]) Einige wenige WZ stellten aus Protest gegen die Gleichschaltung freiwillig, alle anderen notgedrungen im Verlauf und vor allem gegen Ende des Krieges ihr Erscheinen ein.

In den ersten Jahren nach 1945 hatten die Unternehmen andere Sorgen als WZ zu gründen. Aber seit 1948 ging es steil aufwärts, 1956 gab es in Westdeutschland bereits annähernd 500 WZ mit einer Gesamtauflage von etwa 5 Millionen. (Die SED-Betriebszeitungen und Dorfzeitungen der Sowjetzone sollen hier unberücksichtigt bleiben.)

1) Vgl, Adolf Geck, Aus den Anfängen des deutschen Werkzeitungswesens, in: Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, Bd. 150., Jena 1939.
2) Vgl. Theodor Lüddecke, Nationalsozialistische Menschenführung in den Betrieben. Die Werkzeitung als Mittel der Wirtschaftsführung. Hamburg 1934.
3) Vgl. Werner Berthold, Die Werkzeitschrift als Organ der Betriebsgemeinschaft. Berlin 1936.

Kaum ein Unternehmen, das auf soziale Reputation hielt, leistete sich den anrüchigen Luxus, auf eine WZ zu verzichten. Dieser zahlenmäßige Aufschwung, die allgemeine Diskussion über moderne Betriebspolitik, Organisationsscherereien nebst dazugehörigem Kleinkrieg zwischen „militanten“ und „konservativen“ WZ, zwischen Werkschriftleitern der Mitbestimmungsbetriebe und anderer Großunternehmen, die kritische Einstellung der Gewerkschaften zu den WZ — das alles und einiges mehr sorgte für reichen Kongreßstoff, für ein munteres Artikel-Karussell und für ein lebhaftes Angebot an Diplom- und Dissertationsarbeiten.

II.

Wie alle anderen, haben auch die Werkschriftleiter einen schweren Stand. Zwar besitzen sie wie kaum sonst ein Schriftleiter eine genaue Kenntnis von ihren Lesern und brauchen auch — von Ausnahmen abgesehen — keine aufmunternden Einsprüche der Anzeigenabteilung zu befürchten; Abbestellungen gibt es auch nicht, die am frühen Morgen der Verlagsleiter mit beredtem Schweigen den Redakteuren auf den Tisch legt. Das alles sind beträchtliche Vorzüge, um die viele andere Zeitungs- und Zeitschriftenleute die Werkschriftleiter beneiden.

Dafür haben die Werkschriftleiter mit ihren Auftraggebern anderen Kummer. Ihre Chefs zeichnen sich oft durch ein immenses Wissen über Stoffmuster, Stahlqualitäten und chemische Formeln aus, viel seltener dagegen besitzen sie auch eine Ahnung darüber, wie man eine Zeitung oder Zeitschrift macht. Und selbst dort, wo der Chef in der WZ sein Hobby sieht, wird diese Form seiner Freizeitbeschäftigung nur in außergewöhnlichen Ausnahmefällen als Unterstützung des Werkschriftleiters zu Buche schlagen. Meistens handelt es sich dann bei dem Chef um einen verhinderten Parteigründer oder Kulturpolitiker, der es sich leisten kann, ein eigenes Organ mit seinem oder anderer Leute Geld zu finanzieren. Im Grunde läßt er die Zeitschrift — wie hoch die Auflage auch sein mag — für sich allein machen und vielleicht für einige Prokuristen, die schon von Amts wegen Beifall klatschen.

Und dann gibt es ja noch die Betriebsräte, denen zwar bei der WZ kein Mitbestimmungsrecht nach § 56, Abs. 1 e des Betriebsverfassungsgesetzes zusteht, weil die WZ keine „Wohlfahrtseinrichtung“ ist (sie ist es wirklich nicht und soll es um Himmels willen nicht sein), aber in der Mehrzahl der Fälle hat der Betriebsrat dennoch ein gewichtiges Wort mitzureden. Wo das nicht der Fall ist, kann man mit Sicherheit annehmen, daß die WZ zur einseitigen Belegschaftsbeeinflussung mißbraucht und gewerkschaftsfeindlich „aufgeladen“ wird.

Der berufliche Werdegang der Werkschriftleiter ist fast so unterschiedlich wie die Herkunft der Minister in einem Koalitionskabinett. Einige sind „gelernte“ Leute von «der Tageszeitung, andere kommen aus sonstigen Redaktionsstuben, wieder andere aus dem Umkreis kultureller Institutionen oder aus dem Bildungssektor, und schließlich gibt es eine Anzahl, die ihre (wirkliche oder vermeintliche) Fähigkeit erst im Betrieb entdeckt haben und — zunächst nebenberuflich, dann hauptamtlich — von der Werkstatt oder einem Büro zur betriebseigenen Redaktion überwechselten.

Nicht minder unterschiedlich ist die „Stellung“ des Werkschriftleiters im Betrieb. Mancher bleibt zeitlebens ein soziales Betriebskuriosum, dem man anstelle einer Leibrente die Gestaltung der WZ vermacht hat, andere dagegen sind - fühlen sich, gelten als - leitende Angestellte und Mitglieder der Betriebselite mit Prokuristengehältern. Es gibt Großbetriebe, in denen die Redaktion der WZ eine ganze Abteilung ausmacht und ein Stockwerks-Territorium bevölkert, es gibt aber auch kleine Betriebe, bei denen die „Redaktion“ aus einem Viertelmann und zwei Aktenordnern besteht. Die unterschiedliche Einstufung ist aber nicht nur von Betriebsgröße und Auflagenhöhe abhängig,

sondern auch von der Einschätzung, mit der die WZ „von oben“ bedacht wird, und auch von dem Geschick des Werkschriftleiters, seiner WZ einen nennenswerten Posten in der Bewußtseinsbilanz des Betriebes zu sichern und sie nicht unter „Verschiedenes“ untermurgeln zu lassen.[4])

Manche Werkschriftleiter haben sich so sehr der — gottlob aus den Schlagzeilen verbannten — „Pflege der zwischenmenschlichen Beziehungen“ hingegeben, daß sie inzwischen den ganzen Ausflugskitsch, die Hochzeits- und Geburtenlitaneien, die seitenlangen Jubilarjubeleien und auch den abgedroschenen Pietätsstehsatz reichlich satt haben. Aber da es Leute geben soll, die ihre und andere Jubilarkonterfeis mit dem Millimetermaß nachmessen und daraus die Wertschätzung ablesen, fällt es schwer, die Lobetrotterei einzustellen.

Der Ehrgeiz, eine gute WZ zu machen, hat keineswegs zur Folge, den Beifall aller zu finden. An Kritik wird dem Werkschriftleiter sogar gelegen sein müssen. Nichts zeigt so deutlich die Langweiligkeit seiner Zeitschrift, als die lautlose Konsumierung ihrer Jahrgänge durch die Leser.

III.

Über die Aufgaben der WZ ist in den letzten Jahren eine kleine Bibliothek zusammengeschrieben worden. Neue Erkenntnisse hat die Diskussion kaum erbracht. Auf eine knappe Formel verkürzt, lassen sich die Aufgaben der WZ in zwei Punkten umschreiben:

1. Die WZ soll allen Belegschaftsmitgliedern eine gründliche und der Wahrheit entsprechende Information, eine verständliche Unterrichtung und eine ausreichende Orientierung über alle Fragen geben, die gleichermaßen für das Unternehmen und die in ihm tätigen Menschen von Bedeutung sind.

2. Die WZ soll den horizontalen und vertikalen Kontakt zwischen den Menschen im Betrieb vermitteln und eine sachliche und allseitige Diskussion ermöglichen, indem sie alle im Betrieb vertetenen Meinungen zu Wort kommen läßt.

Das bedeutet also auch, „heiße Eisen“ anfassen, Mut zur Wahrheit, keine Schönfärberei, offene Aussprache — und in zahllosen Aufsätzen und Reden sind diese Forderungen von Werkschriftleitern, Unternehmern, Gewerkschaftern, Zeitungswissenschaftern und anderen Publizisten übereinstimmend anerkannt, ja, geradezu als unerläßliche Qualifikationsmerkmale einer WZ beschrieben worden. Aber hier wie andernorts klaffen Theorie und Wirklichkeit weit auseinander. Was vor Jahren bereits von einem Informationsdienst für WZ beanstandet wurde: viele WZ hätten nur einen Fehler, nämlich besser zu sein als ihr Werk, scheint gelegentlich weniger als Warnung und Kritik, sondern als Empfehlung verstanden worden zu sein.

Sosehr jedoch der Betrieb — seine Menschen, seine Arbeit, seine Leitung — im Mittelpunkt der WZ stehen soll, so darf er doch nicht zur Achse der Welt glorifiziert werden. Wo der Betriebshorizont auch das Redaktionsprogramm der WZ umzäunt, entartet die Zeitschrift bald zu einem wiederkäuenden Fachorgan für Monomanie oder sie weicht in unverbindliches Unterhaltungsfeuilleton aus. Der Betrieb kann nicht alleiniges Thema einer guten WZ sein, nicht nur, weil dieses Inseldenken im Widerspruch zu der Wirklichkeit der Gesellschaft und Wirtschaft steht, die unser Leben bestimmen, sondern auch, weil Meinungsbildung und in ihrem Gefolge Meinungsfreiheit nicht geübt und gewährleistet sind, wenn die WZ den Betrieb zu einem Internat macht, bei dem alles das nicht mehr interessiert, was jenseits seiner Mauern geschieht.

Die Belegschaft zur Mitarbeit zu ermuntern, ist für fast alle WZ-Redaktionen zu einem unermüdlich diskutierten Thema geworden. Leserumfragen werden veranstaltet, die meistens eine beschämend niedrige Beteiligungsziffer erreichen; Preisausschreiben,

4) Vgl. Josef Simons, Handbuch der betrieblichen Publizistik. München 1955.

Sachprämien und Honorare werden als Köder eingesetzt, um aus der zähen Passivität und gelegentlich feindlich scheinenden Gleichgültigkeit der Belegschaft einige Mitarbeiter herauszuangeln. Auch diesen Bemühungen ist nur selten ein anhaltender Erfolg beschert, und man wird bei der Forschung nach den Ursachen dieser Resistenz nicht voreilig oder gar ausschließlich die Schuld bei „den anderen“ vermuten dürfen. In der Unglaubwürdigkeit vieler WZ liegt ein wichtiger Grund — und nicht nur im Desinteresse und in den Hemmungen der Belegschaft — für den Mangel an Mitarbeit, für die spärlichen Diskussionsbeiträge von Arbeitern und Angestellten, über die viele Werkschriftleiter klagen.

IV.

Im Schneckenhaus des Schweigens, in das sich immer mehr Publizisten flüchten, herrscht ein heilloses Gedrängel, und einen beträchtlichen Platz beanspruchen Redakteure von WZ. Selbst manche couragierte Werkschriftleiter geben im Lauf der Zeit den ungleichen Kampf gegen die „höheren Orts“ vereinbarte Weisung auf, den Betrieb als Sozialtreibhaus erscheinen zu lassen. Und die ohnehin um ihren Job besorgten WZ-Redakteure haben am Zierat des sozialen Biedermeier Gefallen gefunden — kein Wunder, wenn manche WZ längst über das Stadium, Gegenstand der Kritik zu sein, hinaus ist und zur Zielscheibe des Spotts wurde.

Die Reichtumswirtschaft und der amtlich angestachelte Protzereiwettbewerb haben sogar einen Ausweg angeboten, wie sich die Flucht ins Schweigen vertuschen läßt: Man hat der WZ ein aufwendiges äußeres Kleid verpaßt mit Hochglanz, Kunstdruck, Bildbeilage — und hofft insgeheim, der Leser werde die prunkvolle Aufmachung als Ersatz für den kärglichen Inhalt ansehen. Wenn schon der Alltag im Werk keine verlockenden Betriebsattribute produziere, dann solle wenigstens die WZ über dieses Mißgeschick hinwegtrösten und am Feierabend Betriebsmärchen erzählen. Der Devise „Schmeicheleien statt Wahrheit“ haben es die WZ zu danken, daß ihnen der Makel der Unglaubwürdigkeit anhaftet. Wenn die WZ aber nicht nur für die Buchhaltung, sondern auch im Bewußtsein oder Gespür ihrer Leser als bezahlter Artikeldienst und bestellte Auftragsarbeit gilt, hat sie trotz steigender Auflage Pleite gemacht.

Gegen die Einseitigkeit und Schönfärberei der WZ richtet sich denn auch die heftigste Kritik der Gewerkschaften. Sie haben aus früheren Jahrzehnten die WZ in schlechter Erinnerung, und manche heutige WZ bemüht sich ja auch allzu offenkundig, ihrer Tradition treu zu bleiben und das Mißtrauen der Gewerkschaften zu rechtfertigen. Gelegentlich lief die Debatte in den letzten Jahren auf Hochtouren, Arbeitgeber-Redakteure und Gewerkschafts-Journalisten zankten sich über die WZ, und selbstverständlich beteiligten sich die Werkschriftleiter auf ihren Tagungen an diesem Streit. Man wird bei diesem Thema beachten müssen, daß die WZ nicht generell beurteilt werden können und daß außerdem zwischen dem Willen und den Möglichkeiten der Werkschriftleiter sorgfältig unterschieden werden muß.

Abgesehen davon, daß heimlich mancher Werkschriftleiter seine WZ für die „beste“ hält, hat man sich untereinander darüber geeinigt, „beste“ WZ könne es nicht geben. Und das entspricht sogar den Tatsachen. Wohl gibt es gute und schlechte WZ — gemessen an ihrer Aufgabenstellung und Gestaltung —, und selbst darüber werden sich keineswegs alle Beteiligten einigen, aber im übrigen muß jede WZ für sich gewertet werden. Sie ist ja kein „autonomes“ Organ, sondern soll Spiegelbild des Betriebes sein. Aber Betriebsorganisation, Produktionsweise, Belegschaftsstruktur und soziale Betriebspolitik sind kaum nach dem Gesichtspunkt ausgerichtet, wie sie eine gute WZ gewährleisten, sondern die WZ muß auf der Basis der sozialen, organisatorischen und technischen Betriebsverhältnisse ihre publizistische Arbeit aufstocken.

Die WZ wird vom Unternehmen oder vom Unternehmer herausgegeben, bezahlt und unter „Soziale Aufwendungen“ verbucht. (Obwohl inzwischen von keinem Sachkenner mehr bestritten, sei doch vermerkt, daß parteipolitische Betriebszeitungen und sogenannte „überbetriebliche“ WZ, Haus- und Kundenzeitungen keine WZ sind.) Daraus jedoch den Beweis abzuleiten, wie es mitunter geschieht, die WZ müsse also auch die Meinung des Unternehmers verbreiten, das Betriebsgeschehen nur aus der Sicht der Betriebsleitung interpretieren und eben unternehmerische Propaganda betreiben (auch wenn man es weniger deutlich sagt), ist ebenso falsch wie die Behauptung, der Betriebsrat sei Arbeitgebervertreter, denn er werde ja vom Unternehmen bezahlt. Freilich, die Werkzeitschrift ist auch keine Gewerkschaftszeitung, und man wird nüchtern und mit einiger Aussicht auf Übereinkunft davon auszugehen haben, daß die WZ für *alle* Mitarbeiter des Betriebes da sein soll, für die Leitung und die Mitarbeiter, für Gewerkschafter und Arbeitgebervertreter; sie muß für alle „offen“ sein, unabhängig von der Stellung im Betrieb, unabhängig auch von der parteipolitischen Zugehörigkeit. Wenn die WZ diese Spannung nicht nur erträgt, sondern sucht, wird sie zwar auch keine einhellige Zustimmung ernten, aber sie entgeht dem Vorwurf, ein Propagandaorgan zu sein. Vor allem aber erweist sie sich als glaubwürdig. Das innerbetriebliche und außerbetriebliche Echo wird dementsprechend ausfallen.