

Bodo Hombach:

**Bahnhofsbuchhandlung
und gedruckte Zeitung –
das Kultobjekt von morgen**

Beitrag für die Festschrift „100 Jahre Bahnhofsbuchhandel“,
erschienen im April 2005

Wer im Wohnzimmer die Zeit bis zum Weg ins Schlafzimmer absitzt und sich dabei vom Bildschirm „bewegen“ lässt, wird zunehmend mürrisch. Manchmal lockt man ihn mit schönen Bildern. Bilder, mit denen Identifikation möglich ist, die Wünsche wecken oder schon vorhandene ansprechen. Die Werbung, mit dem Erfolg beim anderen Geschlecht durch die Wahl des richtigen Deos gesichert wird, langweilt allerdings zunehmend. Aber aktive Menschen, die bei Reisen, Bewegung und leicht gefundenen Kontakten gezeigt werden, sind attraktiv. Die, die man bei Lektüre von Büchern oder Zeitungen sieht, sollen als wichtig erkannt werden, meist stimmt das auch. Solche Personen stehen für den Wunsch des „Glottzers“, selbst was zu tun oder wenigstens dabei zu sein. Die längst totgesagte Großveranstaltung feiert fröhliche Auferstehung. Die Hallen und Arenen werden immer größer, die Enttäuschung über nicht zu kriegende Eintrittskarten auch. Die Live-Sendung verliert gegen das Dabeisein.

REISEN UND LESEN steht auf der deutschen Hobbywunschliste ganz oben. Geschichten, die die Phantasie anregen, und Informationen, die Lebenshilfe geben und Vorsprung sichern, sind Urwünsche und Wesensmerkmale unserer Gattung. „Was erleben“ und „dabei sein“ ist der drängende Wunsch der Jungen und Vitalen und solcher, die noch „abschalten“ können.

Im Kultfilm „Casablanca“, der so viel Menschliches künstlerisch freilegt, sind die Stationen am Bahnhof und die am Flughafen die symbolischen Schlüssel für die tiefen menschlichen Emotionen bei Begegnung und Abschied, beim Warten, mit Hoffnung und auch der Enttäuschung. Bücher und Zeitungen wurden gelesen, und es wurde über den Inhalt gesprochen. Der Tratsch aus dem Dorf war so wichtig wie das, was in der Welt geschieht. Der Belesene galt was, der gut Informierte hatte Vorsprung und war gefragt.

So perfekt die Regie und das Bühnenbild den großen Stars Bühne gab, etwas fehlte. Der „blaue Papagei“ mit seinem internationalen Publikum auf der Durchreise war spannender Hintergrund, aber die Bahnhofsbuchhandlung hätte das noch toppen können. Mit ihrem gemischten Angebot vom Comic bis zur Finanzzeitung, von der internationalen bis zur Heimatpresse und ihre Atmosphäre beim Kommen und Gehen hätte sie Ingrid Bergmann und Humphrey Bogart einen noch illustreren Rahmen geboten. Diese Mischung aus Phantasie und Meinung, aus Unterhaltung und Ernsthaftigkeit hätte gut in den Film gepasst. Casablanca war ein guter Film, er wurde zum „Kultfilm“. Aber er ist ein alter Film. Werden wir miteinander alt? Die Bahnhofsbuchhandlung und die Zeitung, vielleicht auch die Bücher und die Magazine? Gehört dem Bildschirm die Zukunft? Der Videothek? Dem Datenshop und dem Internetcafé?

Große und kleine Geister – auch ganz große wie Bill Gates – haben dem Print-Medium schon laut die Sterbeglocke geläutet. Ganz Eifrige haben noch vor zehn Jahren das Ende der Tageszeitung für die (vergangene!) Jahrtausendwende prophezeit. Nur noch die Elektronik wäre dann das zeitgerechte und gefragte Trägermedium – in welcher Form auch immer. Jetzt stellt sich heraus, nirgendwo stört den Nutzer die Werbung so sehr wie im Internet. Trotz guter Online-Dienste verfällt die Glaubwürdigkeit der Internetnachricht dramatisch. Die Glaubwürdigkeit der Zeitung, insbesondere der Heimatzeitung, wächst ebenso dramatisch. Ich sage dramatisch, weil es auch große Verantwortung ist, die wir annehmen müssen.

In den USA gibt es Fernsehkonsum ohne quantitative Grenze. Selbst wer im Minutentakt zappt, wäre an manchen Orten 2 ½ Stunden beschäftigt, das Angebot zu sichten. Der Werbeblock wird immer mehr zum Wegzappsinal, die Werbewirtschaft drängt in die Sendung selbst, um am Ende nicht völlig verzappt zu werden. Hier droht der gänzliche Verlust von Glaubwürdigkeit beim Konsumenten. Schon oft habe ich Krisendiskussionen erlebt. Wie dramatisch wurde über die Krise der Uhrenindustrie geredet. Als die digitale Technik auf Handgelenkgröße schrumpfte, hatte fast jeder die kleinen nervösen roten Ziffern. Uhrendynastien verschwanden, ganze Standorte mit ihnen. Gerade in Deutschland war das Lamento über das völlige Verschwinden der klassischen Uhr groß. Und jetzt: Die Uhr gibt es in jeder Form. Von fast geschenkt bis zum Preis eines Spitzenautomobils. Sie mischt moderne und alte Technik, lässt alte Mechanik wieder aufleben und wurde zu mehr als einem reinen Zeitmesser. Sie ist großer Anzeigenkunde. Und so wurde sie zu einem Kultobjekt.

So sehe ich auch die Zukunft der Zeitung. Die gegenwärtige Krise des Print-Mediums ist keine Existenzkrise, sondern eine Anpassungskrise. Wir müssen uns neuen Sehgewohnheiten und neuen Konstellationen anpassen. Aber dabei wird die Zeitung und Qualitätsjournalismus am Ende wichtiger sein als heute. Eine Information selber ist nichts mehr wert. Man wird mit ihr überflutet. Sie wird einem sogar aufgedrängt wider Willen. Die kluge und richtige Auswahl wird für die Zukunft entscheidend sein. Wenn in Indonesien was passiert, weiß man es zeitgleich durch Radio, Fernsehen, Internet und auch Handy.

Den Kampf um die Aktualität hat die Elektronik gewonnen. Es wird guter Journalismus sein, der in Zukunft durch das Dickicht der täglichen Informationen die Schneise schlägt, die für unsere Wanderung durchs Leben wichtig ist. Die Frage der Relevanz fürs eigene Leben wird von entscheidender Bedeutung sein. Welche Informationen brauche ich, welche dienen mir? Die Vorauswahl wird zur Kunst, und hier wird Glaubwürdigkeit das entscheidende Kriterium sein, für das man auch Geld zu zahlen bereit ist. Die, die mit großer Geste uns die Zukunft des Spezialmediums voraussagten, individuell zusammengestellt, nach eigenen Neigungen, Hobbys und Wünschen, haben den Charme der Zeitung vergessen. Die Menschen freuen sich besonders über die nicht erwartete, vorher nicht abgefragte Nachricht oder Information. Darüber reden sie beim Frühstück miteinander, auch das finden sie spannend. So alt wie der menschliche Tratsch ist die Nachrichtenfreude über Unerwartetes, Spektakuläres oder Komisches.

Es bliebe vieles über die Zeitung der Zukunft aufzuschreiben, aber eines ist klar: Die neue Zeitung muss eine kluge Synthese aus ganz alter Tradition, vielleicht sogar Wiederentdecktem sein und wirklich zeitgemäß.

Im Lokalen und Regionalen ist die Zeitung ganz einzigartig. Selbst Werbung wird dort weniger als Werbung denn als Information verstanden, was heute im Angebot ist, was es Neues in der Stadt gibt. Hier wird ein neuer Schwerpunkt der Zeitungen gesetzt werden müssen, denn auch die Jungen, noch Zeitungsfernen, verlangen nach mehr Informationen aus ihrer unmittelbaren Umgebung. Ich sehe also eine große Chance und gute Zukunft für die gedruckte Zeitung und selbstverständlich auch für den Bahnhofsbuchhandel, der in

einer interessanten Synthese zur Presse lebt. Wir brauchen einander, aber wir bedingen einander auch. Dem einen geht es gut, wenn es dem anderen gut geht, und umgekehrt. Wir wissen das, aber sollten durchaus noch mehr daraus machen. Deshalb ganz herzlichen Glückwunsch zum Geburtstag und auf gute Zusammenarbeit.