

2. November 2008 / wahlkampfblog.ch

## Bla-Bla-Blogger und Bauer – oder vom Esel, der den anderen Langohr schimpft

Von Mark Balsiger

**Womöglich** ist mein Anspruch zu hoch: Mit der Lektüre eines jeden Zeitungsartikels möchte ich Neues erfahren. David Bauers [Text in der "SonntagsZeitung" über die Schweizer Weblogs](#) wird diesem Anspruch nicht gerecht. Er strickt im Prinzip an der uralten Masche "Journalisten vs. Blogger".



**Womöglich** haben wir es mit einer allgemeinen Entwicklung im Journalismus zu tun: Ein Medienschaffender befasst sich mit einem Thema, setzt sich aber nicht damit auseinander. Er bleibt an der Oberfläche, statt die Tiefe zu suchen. Er hat eine These im Kopf und sucht sich die Quellen aus, die seine Thesen stützen. Journalistisch ist

Mark Balsiger & Partner  
Gutenbergstrasse 14  
CH-3011 Bern  
Tel. +41 (0) 31 368 15 00  
Fax +41 (0) 31 368 15 01  
info@border-crossing.ch  
www.border-crossing.ch

- Kampagnen
- Medienarbeit
- Medientraining
- Krisenkommunikation
- Werbung
- Wahlkampf



diese Arbeitsweise nicht, sondern billig und bequem. Echte Neugierde und Offenheit fehlen.

**Kurz:** Was uns Bauer auftischt, ist eine Geschichte, die bestensfalls in einer Tageszeitung Platz finden dürfte: das Werk von acht Stunden Arbeit. Von einer Wochenzeitung erwarte ich einen anderen Ansatz. Statt nach dem angelsächsischen Journalisten-Credo “give them the unexpected” liefert Bauer das, was er den Bloggern vorwirft: “more of the same”. Seine Vorwürfe und Pauschalurteile fallen zu einem rechten Teil auf ihn zurück. Hier passt das Sprichwort vom Esel, der den anderen Langohr schimpft.

**Ergänzend** zum Artikel druckt die “SonntagsZeitung” ein Interview mit [Bundesrat Moritz Leuenberger](#) ab. Das ist einfach nur noch langweilig, Leuenberger gab die letzten 18 Monate schon Dutzende von Interviews über sein Dasein und Denken als bekanntester Blogger der Schweiz.

**Einem Kontrapunkt** zum Mainstream war David Bauer auf der Spur: [“Thinkabout”](#). Dieser Blogger sucht sich seine Themen meistens, ohne auf die Schlagzeilen und populäre Themen zu schießen. Er denkt, schreibt sich die Finger wund, seine Texte sind gut. Manchmal scheitert er, aber oft ist es ein Genuss, seine Gedanken zu lesen, die wiederum zum Nachdenken anregen. Die “SonntagsZeitung” hätte sich ein Interview mit einem unbekanntem Blogger leisten können, das wäre vermutlich ergiebiger geworden.

**“Thinkabout”**, den ich persönlich nicht kenne, ist nur ein Beispiel. Es gibt andere Trouvailles unter den Schweizer Weblogs. Ich glaube nicht, dass deren Betreiber den Anspruch haben, “tollkühne Rebellen wider den Mainstream” zu sein, wie das Bauer insinuiert. Es geht ihnen vermutlich auch nicht primär darum, möglichst viele “Visits” und “Pages” zu erreichen. Sie messen sich an ihren hohen Ansprüchen.

**Ich finde** vereinzelte Weblogs herausragend. Dass sie keine “Wirkung nach aussen” (Bauer) erzielen, hat auch mit den etablierten Medien zu

tun. Nicht selten nehmen sie Themen aus den Blogs auf; es ist dankbar, mit ein paar Mausklicks Inputs zu bekommen. Allein: die Quellenhinweise bleiben aus.

Andere Postings zum Thema:

[- BloggingTom](#)

[- Infomagazin Nachlese](#)

[- Metablog](#)

[- Die Lupe](#)

Falls der Link zu David Bauers Text entfernt werden sollte:

<http://www.davidbauer.ch/2008/11/16/bla-bla-blogger-die-rebellen-versinken-im-mittelmass/>

*Foto: Mark Balsiger*

---

Mark.Balsiger

Dienstag, 4. November 2008 16:07 | Edit

Eigentlich fehlt mir die Zeit, mich weiterhin diesem Thema anzunehmen. Aber weil es einen Unterschied macht, unter Blogger zu diskutieren oder an die breitere Öffentlichkeit zu gelangen, habe ich einen Leserbrief verfasst. Da die "SonntagsZeitung" aber vermutlich keinen Platz dafür hat, hänge ich ihn hier in die WWW-Welt hinaus:

## **Leserbrief**

„SonntagsZeitung“, Ausgabe vom 2. November 2008, Ressort Multimedia  
„**Bla-Bla-Blogger – die Rebellen versinken im Mittelmass**“,  
von David Bauer

Das Verhältnis zwischen Journalisten und Bloggern ist seit jeher belastet. Die meisten Journalisten beäugen die Weblogs argwöhnisch. Sie sehen

ihre Deutungsmacht in Gefahr und holen nicht selten zu oberflächlichen Rundumschlägen aus, wenn sie über Blogs schreiben.

Die Blogger heulen jedes Mal von neuem auf, wenn sie ein Verriss der Holzmedien trifft. Viele verstehen sich als Underdogs, ja sie kultivieren diesen Status, rotten sich sofort zu einer Meute zusammen und fletschen die Zähne.

David Bauer macht in seinem Artikel zwei Denkfehler. Erstens hinkt sein Vergleich mit den USA, einem Land mit mehr als 300 Millionen Einwohnern. Mit Verlaub, die „New York Times“ hat mit „20Minuten“ auch ziemlich wenig gemeinsam. Zweitens überträgt er den Antrieb der Journalisten auf die Blogger. Letzteren geht es aber nicht in erster Linie um Primeurs, exklusive Geschichten und Hits. Schweizer Blogger haben zwar mehrheitlich auch ein grosses Ego, sie verstehen sich aber nicht als „tollkühne Rebellen wider den Mainstream“, wie das Bauer suggeriert. Sie können keine Themen setzen, zumal sie zu 98 Prozent in ihrer Freizeit und damit mit beschränkten zeitlichen Ressourcen bloggen.

Ob 100, 750 oder 3000 Leserinnen und Leser pro Tag: Schweizer Weblogs sind dann erfolgreich, wenn sie sich regelmässig mit Know-how und Engagement einem Thema widmen, ein Dialog entsteht und zusätzliches Wissen einfließt. Solche Blogs gibt es – zum Glück. Sie sind eine echte Bereicherung im medialen Einheits-Blabla.

*Mark Balsiger, Bern*