



Informationsdienst zur Öffentlichkeitsarbeit

Nr. 6/2007



Freud und Leid im Sommerloch

Von den einen gefürchtet, von den anderen ersehnt, Albtraum und Verheißung, tägliches Drama und Komödie zugleich – all das sind die inneren Widersprüche jenes jährlich wiederkehrenden Saison-Phänomens namens „Sommerloch“. Die nachrichtenarme Zeit, in der Politiker in den vielleicht sogar verdienten Urlaub abtauchen, ganze Konzerne Betriebsferien machen und Theater- und Opernhäuser den Feuilletonisten außer geschlossenen Türen keinen Ansatz zur Kritik mehr liefern, diese Zeit, in der sich alle Welt ausruht, ist für Journalisten der pure Stress.



Freilich nur für einen Teil von ihnen – die Zulieferer in den Korrespondenten-, Hauptstadt- und sonstigen Außenbüros genießen jetzt erst einmal den sinkenden Termindruck. Und viele der Schreiber und Filmemacher haben sich schon das ganze Jahr darauf gefreut, endlich die Themen in den Blättern und Programmen unterzubringen, die ihnen immer schon am Herzen gelegen haben. Das Sommerloch, so es stattfindet, bietet die Chance, von den Zwängen des Nachrichtenflusses auszuspannen und der eigenen Kreativität freien Lauf zu lassen.

Das wiederum ist ganz im Sinne der Blatt- und Programm-Macher in den Zentralen der Zeitungen, Magazine oder Fernsehsender. Denn sie sind die eigentlichen Opfer des Sommerlochs. Ihr einziges Problem: Spalten und Programmplätze nicht allzu unsinnig zu füllen. Manchem Chefredakteur und Ressortleiter treibt der Gedanke an weiße Flecken auf der Zeitungsseite oder minutenlang leere Bildschirme schon im April den Angstschweiß auf die Stirn. Denn bereits im September haben sie die alljährliche Erfahrung vergessen, dass – speziell in den Printmedien – sinkende Anzeigenaufkommen auch den redaktionellen Raum einengen.

So ergeht spätestens im Mai der Erlass ans produzierende Volk, sich Gedanken über Sommerloch-Themen zu machen. Da die Antwort darauf im Zeichen journalistischer Noch-Vollbeschäftigung ausbleibt, ist Anfang Juni eine erste nervös-gereizte Ermahnung fällig. Wenn die Tonlage im Verlauf der nächsten Wochen zunehmend in leises Flehen übergeht, dann ist die Zeit der Adressaten gekommen – bald bestimmen sie, welche Schlagzeilen möglich sind. Wenn die Anzeigen und der tatsächliche Nachrichtenfluss es zulassen...

Schließlich gibt es auch Konkurrenz. Politiker der zweiten oder dritten Reihe warten schon seit Wochen darauf, einmal medial zum Zug zu kommen. In diesem Jahr noch mit mäßigem Erfolg, weil die Alpha-Tiere der Parteien sehr lange durchgehalten haben. Verbandsstrategen lauern ebenfalls auf die Chance, wirkungsvoll den einen oder anderen Stein ins ruhige Wasser zu werfen. DIHK-Geschäftsführer Präsident Martin Wansleben hat mit seiner Forderung nach Fortbildung im Urlaub jüngst einen geradezu genialen Aufreger-Auftritt hingelegt. Als drittes Element taucht alle Jahre wieder mit Sicherheit ein neuer Serienheld auf, der die Medien wochenlang beschäftigt. Zwar ist



Eisbär Knut einige Monate zu früh geboren, um würdiger Nachfolger des Vorjahres-Problem-Bären Bruno zu werden. Doch Verbraucher-Minister Horst Seehofer schaffte es in seiner Rolle als Multi-Knuddeltier problemlos, diese Rolle zu übernehmen.

Damit erfüllte er einen Herzenswunsch aller Leser, Zuschauer, Zuhörer von Sommerloch-Nachrichten: Er lieferte beste Unterhaltung. In der prallen Sonne sind Klatsch und Tratsch und leichte Themen angesagt, Politik allenfalls da, wo sie Entertainment bietet. Wer mag sich schon im Strandkorb, hoch auf der Alm, am Bagger- oder in der Südsee oder mit den Banalitäten des politischen Alltags, mit Unternehmerproblemen oder Sachbuch-Rezensionen auseinander setzen? Schließlich lässt man sich doch seine Zeitung nicht über Hunderte von Kilometern nachsenden, um sich über die gleichen Nachrichten zu ärgern, die einem bereits zu Hause die Stimmung verdorben haben ...

Wir bringen Ihre Themen in die Medien – zu jeder Jahreszeit. Das Team von Bachinger Öffentlichkeitsarbeit wünscht Ihnen noch einen schönen und nachrichtenreichen Sommer!

Bachinger Öffentlichkeitsarbeit
Richard Bachinger
Falkensteiner Straße 77
60322 Frankfurt
Tel. (069) 955275-0
Fax (069) 557155
E-Mail: bachinger@bachinger-pr.de
Internet: www.bachinger-pr.de