



Er ist seit gut einem Jahr dabei und hat das Lachen noch nicht verlernt: Chefredakteur Jay Schiltz will das soziokulturelle Radio 100,7 aus seinem Nischendasein holen.

(Foto: Christian Mosar)



PORTRÄT

"Wir sind kein alternatives Radio"

Seit einem Jahr ist Jay Schiltz Chefredakteur des soziokulturellen Radios 100,7. Sein Credo: Politische Meinung und Journalismus schließen einander nicht aus, sie gehören sogar unbedingt zusammen.

"Symptomatisch für die ganze Partei (die LSAP, I.K.) ist, dass sie ihre Séance académique auf den 6. Dezember verlegt haben. Da können sie dann als Nikoläuse auftreten." Zack. Das war wieder einer jener Sätze, die für Jay Schiltz, Chefredakteur des soziokulturellen Radios, typisch sind. Bissig, aber nicht ohne Humor und vor allem nicht ohne Meinung. Dass er selbst Mitglied bei den Sozialisten ist, hält den gebürtigen Luxemburger nicht davon ab, das mangelnde Profil seiner Partei mit sarkastischem Unterton zu kritisieren. Wir unterhalten uns in seinem Büro in der Longwyer Straße, und gerade kreist das Gespräch um die Frage, ob sich der Beruf eines Journalisten oder einer Redakteurin mit einem Parteibuch vereinen lässt. "Ich habe damit kein Problem. Ich glaube nicht, dass meine Parteikarte bei meinen Kommentaren eine Rolle spielt", sagt Jay Schiltz, der aus seiner linken Gesinnung kein Hehl macht - und auch nicht aus seiner Kritik. Eine politische Meinung zu haben, fährt er fort, sei für einen politischen Journalisten unerlässlich.

Seit gut einem Jahr leitet Schiltz die Redaktion von Luxemburgs einzigem öffentlich-rechtlichen Radio und ist verantwortlich für Inhalt und Image des Senders. Schiltz, zuvor zehn Jahre lang Radio- und Fernsehkorrespondent bei RTL, kam für Marc Linster, der seinerseits die Leitung von RTL-Radio übernahm. Den Wechsel vom größten luxemburgischen Medienunterneh-

men zu einem Sender, der von vielen wegen seines Nischendaseins liebevoll stichelnd "Geheimsender" genannt wird, bereut der 44-Jährige überhaupt nicht.

"Wir machen nicht so auf Tränen, und diese Form der Berichterstattung kommt mir mehr entgegen", betont Schiltz. Bei seinen früheren Arbeitgebern seien die Inhalte immer stärker in Richtung Infotainment gegangen. Als schließlich noch sein direkter Vorgesetzter, Maurice Molitor, das Handtuch warf, habe ihn nichts mehr gehalten, schildert Schiltz die Hintergründe für seinen Weggang.

Debüt vor einem Jahr

Das ist nun fast genau ein Jahr her, und inzwischen hat sich Jay Schiltz in seiner neuen Position gut eingelebt. Leicht war das nicht. Obwohl die Arbeit beim 100,7 im Vergleich zum Fernsehen weniger stressig, manchmal sogar regelrecht "bedächtig" sei, musste Schiltz, der das journalistische Handwerk als "Autodidakt" erlernt hat und vorher über keine Erfahrungen als Chefredakteur verfügte, von Beginn an mit Turbulenzen umgehen. Mehrere langjährige MitarbeiterInnen verließen im vergangenen Jahr den Betrieb, die Stimmung war entsprechend angeschlagen. Zudem fehlte es dem Radio an Profil. "Mein Vorgänger hat schon gute Vorarbeit geleistet, aber im Grunde genommen kannte dieses Radio bislang keine 'ligne rédactionnelle'", sagt Schiltz nach-

denklich. Dabei hat im Prinzip der Gesetzgeber selbst eine vorgegeben. Der Status als öffentlich-rechtliche Institution, so Schiltz, verpflichte das Radio zuallererst dazu, "Informationen in einer anständigen Form zu präsentieren" und dabei klar zwischen den verschiedenen journalistischen Formen zu unterscheiden. Für die mehrheitlich nicht ausgebildeten JournalistInnen und RedakteurInnen keine leichte Aufgabe, die auch mal - wie die Berichterstattung über den Luxair-Absturz gezeigt hat - daneben gehen kann. Schiltz spricht offen über die Probleme: technischer Art, weil die Telefonanlage nun mal keine vier Anrufe zugleich erlaubt und auch sonst häufig auf veraltetes Equipment zurückgegriffen werden muss. Änderung wird es hier erst im nächsten Jahr geben: Dann nämlich wird das Radio in neue, mit modernster Digitaltechnik ausgestattete Räume umziehen.

Aber auch inhaltlich gibt es noch viel zu verbessern. Etwas hat sich in diesem ersten Jahr bereits geändert: Die Dossiers morgens um acht wurden abgeschafft - wegen Personalmangels und weil dem Chefredakteur die Qualität nicht genügte. Die Magazine sind zwar im Programm geblieben, feste Themenplätze mussten aber einer flexibleren, aktualitätsbezogenen Gestaltung weichen. Auch bei den Beiträgen für die aktuellen Nachrichten gibt es Neuerungen: Statt wie bisher drei sind diese in der Regel nur noch zwei bis

zweieinhalb Minuten lang, für den Chefredakteur ein Zugeständnis an heutige Hörgeohnheiten. Schiltz arbeitet nach eigenem Bekunden mit seinen sechs festen und sechs freien MitarbeiterInnen daran, Nachrichten und Hintergrundberichte professioneller zu präsentieren. Zu der regelmäßigen Redaktionskonferenz morgens um neun, bei der die Themen besprochen und vergeben werden, zählt auch das Self-Controlling: EinE RedakteurIn beurteilt die Arbeit ihrer MitarbeiterInnen vom Vortag, verteilt Lob und Kritik.

"Wir reden viel über unsere Arbeiten", erzählt Schiltz. Das ist auch nötig, denn nicht alle Änderungen stoßen bei MitarbeiterInnen oder HörerInnen auf Gegenliebe. Dass ausgerechnet der 100,7 anlässlich des Nationalfeiertags dieses Jahr das "Te Deum" übertrug und sogar der Militärparade einen Platz im Programm einräumte, war in der Redaktion sehr umstritten. Für Schiltz kein Widerspruch, im Gegenteil. "Wenn wir wie andere öffentlich-rechtliche Sender informieren wollen, gehören solche Ereignisse dazu", ist er überzeugt und setzt noch eines drauf: "Wir sind kein alternatives Radio. Wichtig ist vielmehr, bei der Berichterstattung von persönlichen Einschätzungen Abstand zu nehmen." Emotionen und Meinungen sind für Schiltz deshalb aber nicht weniger wichtig, sie haben ihren festen Platz im Kommentar.

Orientieren tut sich Schiltz bei seinem Verständnis von Journalismus im Wesentlichen an zwei Vorbildern: dem Hamburger ARD-Journalisten Hans Joachim Friedrichs und dem luxemburgischen Journalisten und ehemaligen RTL-Chefredakteur Roby Rauchs. Rauchs,

nach den Worten Schiltz' "einer der besten Journalisten in diesem Land", war es auch, der dem jungen Schiltz das nötige Handwerk beibrachte, ihn, wo immer er konnte, förderte. "Ein Chefredakteur muss sich vor und hinter seine MitarbeiterInnen stellen, und es muss ein Vertrauen auf beiden Seiten geben", lautet deshalb Schiltz' Antwort auf die Frage, welche Eigenschaften eineN guteN ChefredakteurIn ausmachen. Dazu gehöre ein großes Maß an Kommunikation und Offenheit, Eigenschaften, über die Schiltz, der Fragen differenziert und ohne Umschweife beantwortet, offenbar verfügt. Nur bei der Konfliktfähigkeit hapert es: "Ich mag keine Konflikte, entweder löse ich sie oder ich versuche sie zu umgehen." Ob hier der Grund für sein gutes Verstehen mit Fernand Weides liegt? Immerhin waren sein Vorgänger und andere MitarbeiterInnen wiederholt mit dem Direktor des Senders angeeckt. Schiltz sieht das anders, er rechnet seinem Vorgesetzten vor allem seine inhaltliche Zurückhaltung hoch an.

Noch etwas will Schiltz - nicht nur als Chefredakteur: Zeigen, dass Selberdenken als Journalist und Mensch auch in der drögen luxemburgischen Presselandschaft eine Möglichkeit ist. Wie wichtig ihm dieses Querdenken ist und wie viel Spaß es machen kann, zeigt der zweifache Vater und Fußballfan von Manchester United übrigens auch im Privatleben: Schiltz schreibt seit vielen Jahren fürs politische Kabarett.

Ines Kurschat