

ZUM THEMA

In eigener Sache: Inhalt und Form der Münchner Ärztlichen Anzeigen

114. Delegiertenversammlung diskutiert über die MÄA

Am 26. Juni fand die 114. Delegiertenversammlung des ÄKBV statt. Dabei ging es unter anderem um das Thema „Inhalt und Form der Münchner Ärztlichen Anzeigen“. Ausgangspunkt für diese Themenwahl war eine Diskussion bei der 113. Delegiertenversammlung im März dieses Jahres, bei der es einmal mehr um die Versandkosten der MÄA gegangen war (siehe MÄA 09/14). Die ÄKBV-internen Prüfer hatten damals zur Kostenreduzierung ein Modell nach dem Vorbild des Bayerischen Ärzteblattes vorgeschlagen: Die Mitglieder des ÄKBV sollten zukünftig wählen können, ob sie die MÄA per Post oder per E-Mail erhalten wollen. Bei der Diskussion über diesen Vorschlag hatten die Delegierten beschlossen, das Thema „MÄA“ auf der 114. Delegiertenversammlung ausführlich zu behandeln.

In meiner Funktion als verantwortliche Redakteurin habe ich bei dieser Versammlung die wichtigsten Informationen zu Inhalt und Form der MÄA vorgetragen. Dieser Vortrag soll hier zusammengefasst werden:

Zahlen und Fakten zu den Münchner Ärztlichen Anzeigen

Die Münchner Ärztlichen Anzeigen erscheinen inzwischen in einer Auflage von über 19 000 Exemplaren. Für jedes ÄKBV-Mitglied fallen jährlich für den Versand der 25 Hefte insgesamt etwa 10 Euro an. In der Kostendiskussion tauchen immer wieder folgende Fragen auf: Wie viele Mitglieder lesen die MÄA tatsächlich regelmäßig? Wie zufrieden sind die Leser mit den Inhalten? Und wie hoch ist der Anteil derjenigen, die das Heft lieber online als in gedruckter Fassung zur Verfügung gestellt bekommen möchten? Der ÄKBV hat zuletzt 2012 eine Mitgliederbefragung durchgeführt, bei der auch diese Fragen gestellt wurden. Die Rücklaufquote des Fragebogens lag damals bei 20 Prozent. Für einen Laien im Bereich der Marktforschung mag dies zunächst einmal wenig klingen, jeder Marktforscher wird aber bestätigen, dass eine Rücklaufquote von über 15 Prozent bei einer schriftlichen Umfrage bemerkenswert hoch ist. Die Ergebnisse können also als aussagekräftig gelten:

Demnach lesen 76 Prozent der Befragten die MÄA regelmäßig. Insgesamt 82 Prozent bewerten die Information durch die MÄA als „gut“, „sehr gut“ oder sogar „ausgezeichnet“. Bei der Frage nach der Versandart der MÄA sprachen sich 76 Prozent für die Beibehaltung des Postversandes aus, 18 Prozent wünschten sich einen Versand per E-Mail, 6 Prozent plädierten für eine App und 5 Prozent würden die MÄA am liebsten über die Homepage des ÄKBV lesen.

Inhalte der Münchner Ärztlichen Anzeigen

Die MÄA gliedern sich im Wesentlichen in fünf Teile:

- Leitartikel/Editorial
- Veranstaltungskalender
- Redaktion
- Freies Forum/Leserbriefe
- Anzeigen

Der Leitartikel wird meist in Form eines Experten-Interviews präsentiert. Über die Themen für die Leitartikel berät die sogenannte Redaktionskonferenz, die alle zwei Monate zur Heftplanung zusammenkommt. Zu dieser Redaktionskonferenz, die ich als verantwortliche Redakteurin leite, sind alle Vorstandsmitglieder, die Geschäftsführerin sowie die Vorstandsreferentin des ÄKBV eingeladen.

Der Veranstaltungskalender umfasst inzwischen meist mehr als 120 Veranstaltungen pro Heft. Diese werden über ein Formular im Internet gemeldet. Die Darstellung des Veranstaltungskalenders in den MÄA realisiert der Zuckschwerdt-Verlag, der auch den technischen Support für die Online-Meldung der Veranstaltungen übernimmt.

Der Teil „Redaktion“ ist in jedem Heft unterschiedlich umfangreich – abhängig vom Umfang des Veranstaltungskalenders und des Anzeigenteils. Da auf einen Druckbogen jeweils vier Seiten passen, kann beim Heftumfang nur in „Viererschritten“ gedacht werden. Das Heft ist entweder 24 oder 28 Seiten lang, aber nie 26 Seiten. Da erst zu Redaktionsschluss der genaue Umfang des Heftes feststeht, ist vorab nur bedingt planbar, welche Inhalte im redaktionellen Teil des Heftes abgedruckt werden.

In den 14 Tagen zwischen zwei Redaktionsschlüssen sammle ich daher verschie-

dene Artikel, um einen „Artikel-Pool“ zu haben, aus dem ich nach Redaktionsschluss auswählen kann. An erster Stelle stehen „muss“-Artikel. Dazu gehören offizielle Bekanntmachungen des ÄKBV, Ärztetagsbeschlüsse auf Antrag Münchner Delegierter, redaktionelle Beiträge über aktuelle Veranstaltungen in München, Artikel von Kooperationspartnern des ÄKBV (z.B. Gesundheitsreferat) und Artikel, die das Titelbild betreffen. Daneben gibt es „sollte“-Artikel: Texte, die kein außerordentlich aktuelles Thema behandeln wie die Rubrik „Neues aus Münchner Kliniken“ oder Artikel zur Rechtsprechung. Den größten Anteil machen die sogenannten „kann“-Artikel aus. Es handelt sich dabei um Pressemitteilungen z.B. von den beiden Münchner Universitäten (siehe dazu unten: Wie können die MÄA inhaltlich verbessert werden?).

Im Freien Forum/Leserbriefe werden Meinungsartikel von ÄKBV-Mitgliedern gedruckt, die sich entweder auf einen vorangegangenen Artikel im Heft oder auf ein aktuelles gesundheitspolitisches Thema in München beziehen.

Das Anzeigengeschäft ist Sache des Verlags. Er finanziert mit den Einnahmen die Personalkosten bei der Umsetzung des Veranstaltungskalenders, die Erstellung der Druckvorstufe (Layout und Satz) sowie die Druck- und Papierkosten.

Wie können die MÄA inhaltlich verbessert werden?

Immer wieder in der Kritik steht der redaktionelle Teil der MÄA. Die dort abgedruckten Pressemitteilungen seien häufig langweilig und nichtssagend. An dieser Kritik ist etwas dran. Das Problem ist aber: Da die Seitenzahl des Heftes nicht beliebig variierbar ist, kann man die weniger interessanten Pressemitteilungen nicht einfach weglassen – man müsste sie durch inte-

ressantere Texte ersetzen. Leider hat die MÄA keine Vollzeitredaktion, als Teilzeitkraft bin ich neben meiner Autorentätigkeit nur 10 Stunden pro Woche als Redakteurin tätig. Es ist nicht möglich, in dieser Zeit neben der Routinearbeit noch sechs bis zehn interessante Artikel in Auftrag zu geben und zu redigieren, was auch einen zusätzlichen Aufwand an täglicher Themenplanung und -koordinierung sowie zusätzliche Kosten für freie Autoren erfordern würde. Andere Verbandszeitschriften beschäftigen mehrere festangestellte Redakteure und Volontäre, dazu gibt es ein Sekretariat und Fachabteilungen im Hintergrund, die regelmäßig Fachbeiträge liefern. Da können die MÄA mit ihrem Redaktionsbudget nicht mithalten.

Eine Lösung wäre, die Listen der Delegiertenversammlung stärker in die Redaktionsarbeit einzubeziehen. Dazu gibt es bereits seit zehn Jahren die Möglichkeit: Jede Liste hat gemäß einem Vorstandsbeschluss jedes Jahr zwei Seiten in den MÄA für eigene Texte zur freien Verfügung. Leider machen die meisten Listen davon keinen Gebrauch. Im Jahr 2014 haben bisher nur Medi München und der Marburger Bund einen Text von jeweils einer knappen Seite geliefert.

Ich habe daher alle Listenführer eingeladen, mir ihre Texte zu Themen zu schicken, die sie in der Berichterstattung der MÄA vermissen. Außerdem habe ich an die Vorsitzenden der ÄKBV-Ausschüssen appelliert, Zwischenberichte zur Ausschussarbeit einzureichen, und die Delegierten an die Möglichkeit erinnert, für das Freie Forum Meinungsartikel zu liefern. Als Reaktion auf diese Aufforderung kam für dieses Heft gleich ein Artikel von Dr. Ursula v. Gierke (s. S. 15).

Gestaltung des Heftes

Für die Gestaltung des Heftes – Layout und Cover – ist der Zuckschwerdt-Verlag zuständig. Einen Großteil der Bilder für das Titelblatt liefert der Münchner Medizinhistoriker Prof. Dr. Wolfgang Locher, der dazu meistens noch einen längeren Artikel schreibt („Serie Locher“). In der Delegiertenversammlung wird immer wieder die Frage aufgeworfen, wie die historischen Titelbilder bei den Lesern der MÄA ankommen. Die zitierte Mitgliederbefragung zeigt hier kein einheitliches Bild. In den Freitexten der Umfrage gaben mehrere Mitglieder an, große Fans der „Serie Locher“ zu sein.

Die besondere Titelbildgestaltung sei ein Erkennungsmerkmal der MÄA, die Texte dazu immer lesenswert. Es gab aber auch Mitglieder, die sich explizit eine „moder- nere Titelgestaltung“ wünschten.

Das Thema Cover-Gestaltung wurde in den Redaktionssitzungen in den vergangenen Jahren mehrfach diskutiert. Auch hier stellt sich die Kostenfrage: Zwar ist es möglich, bei Fotoagenturen relativ kostengünstig „Symbol-Bilder“ zu bekommen, die zum jeweiligen Titelthema der Ausgabe passen. Diese Bilder hat man aber möglicherweise schon mehrfach andernorts gesehen, da sie nicht exklusiv sind, sondern von jedem gekauft und verwendet werden können. Aufwendige Fotomontagen und Illustrationen, wie man sie beispielsweise von den Titelseiten von SPIEGEL oder ZEIT kennt, kosten viel Geld. Ein Budget gibt es dafür derzeit weder beim ÄKBV noch beim Verlag. Deswegen wird weiterhin ein Großteil der Bilder von Prof. Locher zur Verfügung gestellt, in etwa jedem dritten Heft greift der Verlag auf ein Agenturbild zurück.

Die MÄA als Verbandszeitschrift – Die Marke „Rosa Blatt“

Die MÄA sind nicht mit Tageszeitungen zu vergleichen, die am Kiosk verkauft werden. Erstens können die MÄA aufgrund der Produktionsbedingungen (zehn Tage liegen zwischen Redaktionsschluss und Erscheinen) keine tagesaktuellen Berichte liefern. Zweitens erfüllen Verbandszeitschriften grundsätzlich eine andere Funktion: Da sie regelmäßig ins Haus geliefert werden, erinnern sie die Empfänger an ihre Mitgliedschaft im ÄKBV, der dadurch Präsenz zeigt. In den vergangenen 100 (!) Jahren wurde so die Marke „Rosa Blatt“ etabliert. Neben dieser „PR-Funktion“ soll eine Verbandszeitschrift den Mitgliedern vor allem einen praktischen Service bieten. Die beliebtesten Rubriken der Leser waren laut Mitgliederumfrage der Veranstaltungskalender, der Anzeigenteil und die Rubrik „Neues aus Münchner Kliniken“. Für die Redaktionsplanung bedeutet das: mehr lokale News aus München!

Versand der MÄA: Post oder Online?

Die Anregung der ÄKBV-Prüfer auf der 113. Delegiertenversammlung, der ÄKBV solle sich beim Versand der MÄA am Vorbild des Bayerischen Ärzteblatts orientieren und ebenfalls einen Online-Versand

anbieten, wurde aufgegriffen. Auf den entsprechenden Aufruf in den MÄA haben sich bisher etwa 240 Leser gemeldet, die sich einen Online-Versand wünschen.

Eine sofortige, komplette Umstellung von der Printversion des Heftes auf eine reine Online-Version, wie sie in der 113. Delegiertenversammlung diskutiert wurde, ist nicht möglich. Erstens wünschen sich die meisten Mitglieder (76 Prozent) eine Beibehaltung des Postversandes (siehe oben), zweitens würde eine Online-Version des Heftes regelmäßig hohe Produktionskosten verursachen. Derzeit zahlt der Verlag die Produktionskosten des Heftes aus dem Anzeigengeschäft – das Anzeigengeschäft würde aber bei einer kompletten Umstellung auf Online zusammenbrechen. Und drittens würde die Marke „Rosa Blatt“ durch eine solche Umstellung zerstört.

Eine nur teilweise Umstellung auf Online-Versand wirkt sich auf das Anzeigengeschäft erst einmal nicht negativ aus. Ab welchem Prozentsatz Umsatzeinbußen zu erwarten sind, ist schwer vorherzusagen. Eine Umstellung von 10 bis 15 Prozent sollte nach Expertenmeinungen aber noch keine Probleme verursachen. Deswegen sollte meiner Meinung nach zunächst ein solcher Prozentsatz angestrebt werden und durch regelmäßige Info-Kästen im Heft propagiert werden.

Die Zukunft der MÄA – Crossmedia

Wie geht es weiter mit den MÄA? In den vergangenen Jahren wurden die Begriffe „Print“ und „Online“ in erster Linie als Gegenspieler wahrgenommen. Das ist aber nicht mehr zeitgemäß. Ziel der Medienmacher ist heute eine Verzahnung der Angebote, in der Journalismustheorie spricht man von „Crossmedia“. Der Trendbegriff der vergangenen Jahre heißt: „Multimediales Storytelling“. Auch der ÄKBV sollte diese Entwicklung mitgehen. In den Redaktionssitzungen der MÄA wurden bereits verschiedene Ideen diskutiert, wie eine Online-Marke „Rosa Blatt“ etabliert werden kann und welche Rolle dabei „Social Media“ wie Facebook, Twitter und Blogs spielen könnten. Die Erstellung und Umsetzung eines „Crossmedia-Konzeptes“ kostet allerdings Geld. Möglicherweise könnte man hier die Ersparnisse aus den Versandkosten verwenden, wenn tatsächlich 10 bis 15 Prozent der Mitglieder auf einen Online-Versand umsteigen?

Caroline Mayer