

**Steffen Grimberg  
Netzwerk Recherche  
c/o taz, die tageszeitung**

## **Unterausschuss Neue Medien**

### **Expertengespräch zum Thema Online-Journalismus**

#### **Fragenkatalog**

##### **1) Wie lässt sich Online-Journalismus definieren? Wie wird sich der Online-Journalismus – auch hinsichtlich seiner Nutzung – entwickeln?**

Eine konkrete Definition ist meines Erachtens noch nicht möglich, da das Internet von den meisten Medien derzeit noch ganz überwiegend als weiterer Verbreitungskanal genutzt wird. Es ist davon auszugehen, dass Online-Journalismus zu einer multimediale journalistische Form aus Text, Ton, Bild und Video (Bewegtbild) wird, wobei nicht alle dieser vier „Darreichungsformen“ bei jedem Beitrag zusammentreffen müssen. Online-Journalismus wird in immer stärkerem Maße die neue Grundform journalistischen Publizierens, da das Internet zukünftig die gebräuchlichste Nutzungsebene sein wird, da hier neue Formen wie Online-Journalismus und klassische Medienangebote (TV, Radio) parallel zur Verfügung stehen.

##### **2) Wie kann man seriösen Online-Journalismus und auch seriöse journalistische Blogs abgrenzen von anderen Formen der Kommunikation im Internet, beispielsweise in Blogs und in Foren?**

Durch die gleichen journalistischen Kriterien, die heute für die etablierten Medien gelten: Relevanz, Wahrhaftigkeit, Aktualität, Verständlichkeit, umfassende Information, die auf mehreren gesicherten Quellen basiert und auch die Gegenseite hört

##### **3) Wie verändern die Blogs die „tradierte“ Medienlandschaft?**

Sie ergänzen die klassische Berichterstattung: Durch Hintergrund-Informationen, andere Sichtweisen und Betrachtungswinkel, teils auch durch subjektive, oft ironische Kommentierung. Im positiven Falle leisten sie so eine Art Kontrolle und geben Feedback. Blogs können im

Idealfall auch in den klassischen wenig oder keinen Raum findende Themen aufgreifen und aktuelle Debatten weit umfangreicher begleiten als klass. Medien

**4) Was ist der Nährboden für diese Form des “grass-root journalism“? Welche Auswirkungen gibt es für den kommunikativ vermittelten öffentlichen Raum und die klassischen Medienangebote, wenn jeder bloggt?**

S.o. die Möglichkeit, als von klassischen Medien vernachlässigt empfundene Themen oder Debatten zu veröffentlichen und zudem einen ganz persönlichen Bezug zum Thema herzustellen. Der kommunikativ vermittelte öffentliche Raum erfährt so eine Ausweitung und Ergänzung auf Kosten der Übersichtlichkeit und leichten Orientierung. Selbst wenn jedeR bloggte, was auszuschließen ist, bedürfte es der klassischen journalistischen Aufgaben wie Auswahl, Erklärung, Kommentierung, Orientierung.

**5) Können möglicherweise insbesondere Redaktionen, gerade im internationalen Bereich, davon profitieren, weil diese Form der Kommunikation eine Basis für eine freiere internationale Kommunikation bietet?**

Ja, dies ist aber nicht auf die Form des Blogs beschränkt – auch andere Internet-basierte Informationsangebote tragen dazu bei. Wesentlich scheint mir hierbei aber, die Verlässlichkeit der genutzten Quellen wie Blogs zu prüfen, was im Einzelfall problematisch sein dürfte.

**6) Wie bewerten Sie den gegenwärtig zu beobachtenden Wandel des Journalismus – nicht zuletzt aufgrund der neuen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten?**

Journalismus wird künftig noch stärker seine erklärende/vermittelnde Kompetenz ausbauen müssen, als verlässlicher Wegweiser im Informationsdschungel des WWW und der volldigitalisierten Welten. Wichtig ist dabei, ein Instrumentarium wie die klassische Recherche nicht zugunsten vermeintlich leichter und stärker nachgefragter Angebote ins Hintertreffen geraten zu lassen.

**7) Wie kann trotz der zunehmenden Beschleunigung im Online-Journalismus Qualität und Verlässlichkeit von Informationen sichergestellt werden? Inwiefern ist dies im „Wettkampf gegen die Zeit“ überhaupt noch möglich?**

Hier liegt mE die größte Gefahr: Die journalistischen Kriterien sind auch online einzuhalten, die neuen technischen Möglichkeiten haben hier auch Rechercheabläufe vereinfacht und beschleunigt. Dennoch bleibt ein Ungleichgewicht zu Ungunsten von Qualität und Verlässlichkeit. Die Beschleunigung führt zudem zur Produktion von immer mehr Datenmüll und irrelevanten Informationen.

**8) Wie kann man die seriöse und fundierte Berichterstattung schützen und möglicherweise als solche kenntlich machen?**

Hier profitieren bestehende Marken (Spiegel Online, sueddeutsche.de etc) von der Reputation, die sie sich aufgebaut haben bzw. vom Reputationstransfer der Ursprungsmarke (Spiegel, Süddeutsche). Dies gilt auch als „Qualitätsausweis“. Neue Angebote müssen sich diese Reputation erst aufbauen. Schützen lässt sich da wenig, eine Kenntlichmachung verbietet sich mE: Wer wollte hier die Richter spielen? Ich würde raten, auf das Urteil des mündigen Nutzers zu vertrauen.

**9) Einige Wissenschaftler sprechen von einem erneuten Strukturwandel der Öffentlichkeit? Teilen Sie die Einschätzung und, falls ja, was sind die Merkmale dieses neuen Strukturwandels der Öffentlichkeit?**

Bedingt ja, allerdings bin ich kein Fan solcher Etikettierungen. Wesentliches Merkmal ist aktuell (noch?) das Auseinanderfallen der Publika (Netz-Nutzer vs. Nicht-Nutzer) bei einer größer werdenden Schnittmenge der Teils-Teils-Nutzer. Hier zeigen sich zum Teil erhebliche Unterschiede mit Blick auf Altersgruppen, Bildungsniveau und sozialen Milieus (Stichwort „Digital Divide“).

**10) Falls es sich bei diesen Entwicklungen tatsächlich um einen strukturellen Wandel des Journalismus – hin zum Journalismus 2.0 – handelt, welche Folgen hat dieser strukturelle Wandel, insbesondere für den politischen Journalismus?**

Keine wesentlichen, außer dass er überwiegend im Netz stattfinden wird. Zum Problem Beschleunigung/Informationsmüll siehe oben – dies trifft natürlich auch den politischen Journalismus.

**11) Wie bewerten Sie die These, dass hochwertige Onlineangebote unmöglich sind, solange journalistische Inhalte im Internet kostenfrei zur Verfügung gestellt werden?**

Die These lässt sich mit Blick auf Angebote wie [spiegel.de](http://spiegel.de), [guardian.co.uk](http://guardian.co.uk), [nytimes.com](http://nytimes.com) aber auch Spezialangebote wie [bildblog.de](http://bildblog.de) leicht widerlegen. Schwierig wird es für „stand-alone“-Angebote, die nicht auf Erlöse eines Partnerunternehmens zurückgreifen können. Hier werden sich aber, je nach Angebot und Nachfrage, Bezahlmodelle entwickeln.

**12) Welche Auswirkungen hat ein Angebot wie BILDblog auf die redaktionelle Gestaltung der „gedruckten“ Version?**

Nach meiner nicht gesicherten Kenntnis wird die Redaktion zu verstärkter Sorgfalt anhalten. Bild-typische Entgleisungen sind so allerdings nicht zu verhindern.

**13) Sehen Sie politischen und rechtlichen Handlungsbedarf, beispielsweise mit Blick auf die verfassungsrechtlich garantierten Medienfreiheiten, die Zeugnisverweigerungsrechte, die Presseausweise und die Berufsausbildung des grundsätzlich offenen Berufes eines Journalisten oder einer Journalistin?**

Nein. Im Streitfall wird eine Einzelbewertung erfolgen müssen, in wie fern es sich um ein journalistisches Angebot handelt. Dort gelten dann die üblichen Grundsätze. Fragestellungen wie bei Presseausweisen oder Berufszugang werden durch die Online-Entwicklung nicht wesentlich verändert. Über Qualifikationen und Berufsausbildung lässt sich schon „offline“ trefflich streiten, wenn auch bislang leider ohne greifbare Ergebnisse.

**14) Wie weltumspannend ist das „globale Dorf“ – beispielsweise vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen in Burma im vergangenen Jahr oder derzeit in China und Tibet – tatsächlich und welche Chancen bieten diese neuen Formen der journalistischen Kommunikation, Einschränkungen der Presse- und Rundfunkfreiheit auszuhebeln?**

Das globale Dorf existiert, allerdings mit der oben erwähnten digitalen Kluft und entsprechend unterschiedlichen Zugangs- und Mitwirkungschancen. In vielen Ländern handelt es sich auch auf mittelfristige Sicht noch um Elitenkommunikation. Der Ausschluss vom WWW beziehungsweise regide Zugangskontrollen wie in China oder Weißrussland ziegn zudem, dass das globale Dorf auch „no go areas“ hat.

**15) Welche Gefahren ergeben sich – vor dem Hintergrund der vielfältigen Einschränkungen der Medien- und Pressefreiheit, welchen sich auch unabhängige Weblogs sowie Mediennutzer und Journalisten gegenüber sehen -, wenn es gelingt, den Zugang zum Internet grundsätzlich zu kontrollieren? Teilen Sie die Einschätzung, dass derjenige, der den Zugang zum Internet kontrolliert, die Inhalte gar nicht erst überprüfen muss, sondern direkt verhindern kann, dass diese erst entstehen oder wahrgenommen werden?**

Die Kontrolle über den Zugang zum Internet schafft künftig die Möglichkeit, die davon Betroffenen beinahe zur Gänze vom Mediengeschehen, aber auch einem Gutteil der modernen Individualkommunikation (Mail, Foren, Chat) auszuschließen. Ein Vorab-Ausschluss wie in der zweiten Frage beschrieben ist mE unzulässig.

**16) Was sind aus Ihrer Sicht die möglichen Folgen und politischen Herausforderungen dieser Entwicklungen, beispielsweise mit Blick auf die immer wichtiger werdende Medienkompetenz?**

Der „digital divide“ muss überwunden bzw. kompensiert werden – in Sachen Hardware (Geräte, Programme) wie Software (Medienkompetenz der Nutzer). Dazu sollten in der Schul- wie in der Erwachsenenbildung entsprechende Angebote verstärkt bzw. überhaupt erst einmal aufgenommen werden.

**17) Wie lassen sich Identität, Authentizität und Qualität der neuen Journalismusangebote sicherstellen?**

Siehe Antwort zu Frage 2)

**18) So genannte Total-Buyout-Verträge für Journalistinnen und Journalisten sind inzwischen bei nahezu allen Zeitungsverlagen an der Tagesordnung. Mit der Unterzeichnung solcher Verträge werden nahezu alle Verwertungsrechte, über die ein Urheber verfügt, an die Verlage abgetreten. Die Digitalisierung bringt es mit sich, dass Artikel nicht mehr nur in der Print-Ausgabe sondern auch Online oder auf zusätzlichen CDs und DVDs veröffentlicht oder in Datenbanken vorgehalten werden. Wie sieht die Praxis hinsichtlich der Ausschüttung der Vergütungen für die Zweitverwertung durch die Verlage aus? Hat sich die Vergütung für die Urheber durch die Mehrfachnutzung auch erhöht?**

Die Praxis wird höchst unterschiedlich gehandhabt. Der Trend geht in der Tat zum „total buyout“, um Schwierigkeiten bei Folgenutzung von vorn herein auszuschließen. Die Vergütung der Urheber hat sich in den meisten Fällen zwar leicht erhöht, steht aber in keinem Verhältnis zu den üblichen bzw. früher üblichen Honoraren für Zweitnutzung Print oder Hörfunk/Fernsehen. Oft wird für Zeitungsbeiträge ein so genannter Online-Zuschlag in Höhe von ca. 10 Prozent gezahlt.

**19) Wie bewerten Sie angesichts des Wandels im Journalismus die Situation bei den Suchmaschinenanbietern, insbesondere vor dem Hintergrund der gebotenen Unabhängigkeit?**

Die Suchmaschinen sind neben den Providern die neue Gatekeeper der Informationsgesellschaft. Deshalb sollte ihnen ein Höchstmaß an Transparenz hinsichtlich ihrer Suchmechanismen auferlegt werden. Hier wäre gegebenenfalls über staatliche/öffentlich-rechtliche Angebote nachzudenken, um kommerzielle Erwägungen von vorn herein auszuschließen.