

Unterausschuss Neue Medien (22)
Kurzprotokoll
19. Sitzung

Berlin, den 19.06.2008, 15:30 Uhr
Sitzungsort: Paul-Löbe-Haus
10557 Berlin, Konrad-Adenauer-Str. 1
Sitzungssaal: 4.400

Vorsitz: Christoph Pries, MdB

TAGESORDNUNG:

Vor Eintritt in die Tagesordnung	S. 3
Tagesordnungspunkt 1	S. 3
Expertengespräch zum Thema "Online-Journalismus"	
Tagesordnungspunkt 2	S. 16
Verschiedenes	

Anwesenheitsliste*

Mitglieder des Ausschusses

Ordentliche Mitglieder des Ausschusses

Stellv. Mitglieder des Ausschusses

CDU/CSU

Mißfelder, Philipp
Wanderwitz, Marco

SPD

Pries, Christoph
Tauss, Jörg

Kucharczyk, Jürgen

Ehrmann, Siegmund (Mitglied Kulturausschuss)

FDP

Waitz, Christoph

DIE LINKE.

Sitte, Dr. Petra (Mitglied Kulturausschuss)

B90/GRUENE

Hinz, Priska

*) Der Urschrift des Protokolls ist die Liste der Unterschriften beigelegt.

Bundesregierung

Müller
Gärtner

BKM
BMWi

Bundesrat

Forst

LV Sachsen-Anhalt

Fraktionen und Gruppen

Kollbeck
Scheele
Morschhäuser
Otto

SPD
DIE LINKE.
B 90/GRÜNE
DIE LINKE.

Vor Eintritt in die Tagesordnung

Der **Vorsitzende** begrüßt die Mitglieder des Unterausschusses und die Sachverständigen, die an dem Expertengespräch zum Online-Journalismus teilnehmen. Es sind dies: Dr. Andreas Bittner, Vorstandsmitglied im Deutschen Journalistenverband, Berlin, Dr. Mercedes Bunz, Chefredakteurin Tagesspiegel-Online, Berlin, Dr. Alexander Görke, Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaften an der Freien Universität (FU) Berlin, Steffen Grimberg, Die Tageszeitung (TAZ), Berlin, Netzwerk Recherche, Wiesbaden, Alexander von Reibnitz, Geschäftsführer im Verband der Deutschen Zeitschriftenverleger, Berlin, Matthias Spielkamp, Journalist, Autor, Blogger und Dozent für Online-Journalismus an den Universitäten Berlin und Darmstadt.

Er erläutert, als thematischen Schwerpunkt befasse sich die Sitzung mit der Frage, ob das Internet mit seinen Möglichkeiten und Entwicklungen, die sich mit dem Schlagwort Web 2.0 verbinden, auch neue Möglichkeiten für die politische Information, Kommunikation und Teilhabe biete und welche Auswirkungen sich daraus für den Journalismus ergeben.

Der **Vorsitzende** teilt mit, dass den Sachverständigen im Vorfeld der Sitzung ein Fragenkatalog mit der Bitte um schriftliche Beantwortung zugeleitet worden ist. Er dankt den Sachverständigen für die Mühe, die sie sich mit der Beantwortung gemacht haben.

Er führt aus, die Obleute seien übereingekommen, die Sachverständigen in alphabetischer Reihenfolge um möglichst knappe Einführungen von zirka fünf Minuten zu bitten. Daran sollen dann ein, zwei Fragerunden nach dem im Unterausschuss üblichen Verfahren - eine Frage an zwei Sachverständige oder zwei Fragen an einen Sachverständigen - vorgesehen werden. Darüber hinaus sei vorgeschlagen worden, die Stellungnahmen und das Sitzungsprotokoll ins Internet zu stellen und insofern eine Teilöffentlichkeit der ansonsten nichtöffentlichen Sitzung herzustellen.

Gegen dieses Verfahren wird kein Widerspruch erhoben und die Sachverständigen stimmen einhellig der Veröffentlichung der von ihnen abgegebenen schriftlichen Stellungnahmen zu.

Tagesordnungspunkt 1

Expertengespräch zum Thema "Online-Journalismus"

Dr. Andreas Bittner (Deutscher Journalistenverband, Berlin) erläutert eingangs, dass er nicht nur als Vertreter des Deutschen Journalistenverbandes spreche, sondern auch als Mitglied einer Online-Arbeitsgemeinschaft des Deutschen Presserates. Dort befasse man sich zurzeit intensiv mit der Frage nach der Gremienzuständigkeit für den Online-Journalismus und der möglichen Ausdehnung des Pressekodexes auf diesen Bereich. Er habe den Eindruck, dass dessen Ausdehnung auf Online-Aktivitäten im publizistischen Sektor unstrittig sei, es aber noch gelte, sich über die Modalitäten zu einigen.

Dr. Bittner führt aus, Online-Journalismus sei mehr als Content-Management von journalistischen Angeboten im Internet. Mit Blick auf den Anspruch, Qualität zu bieten, stelle Online-Journalismus in

erster Linie ein professionelles Angebot an Informationen, Meinungen und Bildern und deren Verbreitung über ein anderes Medium als den Printbereich dar. Beide Bereiche – der klassische Journalismus ebenso wie der Online-Bereich – hätten, so es sich bei letzterem um seriösen bzw. einen mit Qualitätsanspruch handle, dieselbe publizistische Grundhaltung als Ausgangspunkt ihrer Tätigkeit. In beiden Bereichen sollten eigentlich althergebrachte handwerkliche Standards und Qualitätsmaßstäbe zur Geltung kommen. Auch im Online-Journalismus seien eine solide Ausbildung und eine stetige Weiterbildung unabdingbar. Ebenso gelte es, die im Online-Bereich tätigen Journalisten in die geltenden Tarifwerke mit einzubeziehen und sie nicht in Mediengesellschaften zu parken, um sie als Journalisten zweiter Klasse zu behandeln. Er betont, dass dieser Ansatz in sich beruhe, dass derjenige, der Online-Journalismus betreibe, einen nennenswerten finanziellen Aufwand erbringen müsse, da Online-Journalismus, so er Qualität in sich bergen solle, nicht umsonst zu haben sei. Vor diesem Hintergrund sieht er es als wichtig an, dass diejenigen, die auf einen Qualitätsjournalismus in einer gewandelten Medienlandschaft setzen, dazu beitragen, dass dieser sich etablieren kann, indem sie sich für dessen Voraussetzungen, Merkmale und Rahmenbedingungen interessieren und sich mit diesen kritisch auseinandersetzen. Er hält eine dauerhafte, kritische Qualitätsdebatte für angebracht, da nicht davon auszugehen sei, dass sich ein Qualitätsanspruch von alleine und zwangsläufig auf dem Markt durchsetzen werde.

Als besondere Neuerung kennzeichne den Online-Journalismus, dass ihn ein stetiger Diskussionsprozess begleite und dem Publikum die Gelegenheit geboten werde, sich mit Anregungen und Kritik unmittelbar einzubringen und im Netz sichtbar zu werden. Die vielfach beschworene Medienkonvergenz sei nun Realität und fordere primär zur Auseinandersetzung über die Inhalte auf. In der Diskussion gebe es viele verschiedene Szenarien, bis hin zu solchen, die den Printmedien keine Zukunftsperspektive zubilligten und eine große Gefahr für diese in den Diensten der international agierenden Plattformbetreiber und Suchmaschinen sehen. Er hält diese negative Perspektive für überzeichnend und plädiert stattdessen für eine größere Gelassenheit. Der Printbereich weise eine historische Dimension von über 400 Jahren hinsichtlich der heute geltenden Standards auf, das Internet hingegen sei gerade einmal zehn Jahre alt und von einer enormen Unübersichtlichkeit geprägt. Er hält es insofern für durchaus denkbar, dass im Zusammenhang mit der grundsätzlichen Debatte über Qualität im Journalismus – sowohl offline als auch online – das Hauptaugenmerk dem Inhalt gelten werde. Insofern könne dem herkömmlichen, seriösen Journalismus ein Erstarren gelingen. Darüber hinaus erleichtere er auch die Einordnung und Orientierung hinsichtlich der Vielfalt der Angebote.

Dr. Mercedes Bunz (Tagesspiegel-Online, Berlin) äußert sich zu Beginn ihres Statements kritisch über den Fragenkatalog, den es zu beantworten galt. Die gestellten Fragen bezeichnet sie als teilweise stehengeblieben. Als Beispiel erwähnt sie den Aspekt, den seriösen Online-Journalismus von anderen Sparten abzugrenzen und zu schützen. Sie deutet an, dass man sich zwar einen Schutz mittels eines Siegels im Internet, ähnlich wie dem Gütesiegel für landwirtschaftliche Bioprodukte, vorstellen könne, hält eine solche Möglichkeit allerdings für seltsam und weltfremd. Für ähnlich befremdlich hält sie die Debatte zur Unterscheidung zwischen Bloggen und Journalismus bzw. bisherigem Journalismus und Online-Journalismus. Dem Online-Journalismus oftmals zugeschriebene

Probleme weisen generell auch der klassische Journalismus auf. Als Stichwort führt sie die so genannte Boulevardisierung an. Sie erläutert, diese bringe mit sich, dass beispielsweise die Bildzeitung einen jährlichen Leserschwund von nahezu einer Million Lesern zu verzeichnen habe, aber andererseits in überregionalen Zeitungen wie der Süddeutschen Zeitung und im Onlinebereich Boulevardthemen im Kommen seien. Am Beispiel der Süddeutschen Zeitung könne man aber auch sehen, dass Boulevardthemen intelligent und geradezu ironisch präsentiert werden können und nicht auf jeden Fall zu einer Verflachung im Journalismus führen müssen.

Das Grundproblem bei Online-Journalismus sei, dass er – wie andere neue Medien auch – erst einmal alles Schlechte anziehe. Das sei seinerzeit auch beim Fernsehen so gewesen. Der Online-Journalismus zeichne sich durch eine eigene Qualität aus, die sich in einem besonderen journalistischen Akzent im Hinblick auf das in der Branche ansonsten Übliche und die Politik manifestiere. Im Online-Journalismus werde mit bestimmten Idealen, wie beispielsweise dem, sich als Journalist der Wahrheit zu verpflichten, anders umgegangen. Die Herstellung der Wahrheit weiche beim Online-Journalismus von dem ab, was den herkömmlichen Journalismus kennzeichne. Bisher gelte das Gebot zweier Quellen, die mindestens gegeben sein müssten, um die Verbreitung einer Meldung zu rechtfertigen. Online-Journalismus sei dagegen von einem kollaborativen Stil geprägt, bei dem die Recherche nicht auf Experten allein zugeschnitten werde, sondern diese Recherche für die Leser bzw. Nutzer des Internetangebots geöffnet und deren Meinung beachtet werde. Ihre Erfahrung als Online-Redakteurin gehe da hin, dass man es in der Regel mit einem mündigen Publikum zu tun habe, das kompetent und interessiert sei. Entgegen des Tenors, der in dem Fragenkatalog durchscheine, habe dieser Personenkreis kein Problem damit, sich im Hinblick auf das neue mediale Informationsangebot zu orientieren. Dies treffe nicht nur auf junge Leute zu, sondern gelte zunehmend auch für ein älteres Publikum. Im Gegensatz zu den Printmedien sei es zudem üblich, dass sich die Leser bzw. Nutzer des Internetangebots aus mehreren Quellen informieren.

Auf die Diskussion um Blogs eingehend, erklärt Frau Dr. Bunz, dass diese für die Informationsbeschaffung eine eher untergeordnete Rolle spielen. Auch ansonsten sei die Blog-Kultur in Deutschland vergleichsweise gering ausgeprägt, da es hierzulande lediglich zirka 204.000 deutschsprachige Blogs bei nahezu 98 Mio. Internetanschlüssen gebe. In der internationalen Suchmaschine Technorati sei ein Prozent deutschsprachig. Im Anbetracht dieser Zahlen hält sie den Blog-Bereich in Deutschland für stark überschätzt. Anders verhält es sich ihrer Ansicht nach mit den medialen Möglichkeiten des Internets, die strukturell als äußerst interessant anzusehen seien, weil sie den kostengünstigen, zeitsparenden und technisch wenig aufwändigen Versand und das Einstellen von Informationen, Nachrichten und Meinungen zuließen. Das sei bis dato ausschließlich gewerblichen Presseanbietern vorbehalten gewesen, die eine vergleichsweise aufwändige Infrastruktur vorzuhalten hatten.

Im Hinblick auf mögliche Gefahren, die das neue mediale Angebot aufweise, nennt Frau Dr. Bunz den Persönlichkeitsschutz im Internet, dem ihrer Ansicht nach bislang noch zu wenig Beachtung geschenkt werde. Vor diesem Hintergrund komme dem Online-Journalisten eine besondere Rolle zu, indem er als so genannter Gatekeeper sowohl Verantwortung zu tragen als auch Kontrolle auszuüben habe. Die technischen Möglichkeiten des Internets führten auch zu einer neuen Beteiligungskultur, indem eine verbesserte Erreichbarkeit und Zugänglichkeit – zum Beispiel auf Seiten der Politik –

feststellbar sei. Die Transparenz und Unmittelbarkeit des Mediums habe zudem dazu geführt, dass es noch nie so einfach gewesen sei, sich Wissen anzueignen und an Experten heranzukommen. Darin sieht Frau Dr. Bunz Aspekte, die es hervorzuheben gelte, anstatt immerzu vor dem Internet zu warnen und mögliche Gefahren zu sehen.

Tatsächlich gebe es, ökonomisch betrachtet, ein Problem, indem mit journalistischen Online-Angeboten lediglich zehn Prozent des Branchenumsatzes erzielt würden. Zuwächse, die der Werbemarkt aufweise, würden lediglich den sozialen Netzwerken im Internet bzw. dem Printbereich zugute kommen.

Die grundgesetzlich geschützte Pressefreiheit, so Dr. Bunz, sei im Internetzeitalter gefährdeter denn je. Die multimediale Situation des Internets mache es für Online-Redaktionen unumgänglich, nicht nur auf textliche Beiträge zu setzen, sondern auch Wortbeiträge und bewegte Bilder zu nutzen. Es sei insofern nicht hinnehmbar, für das multimediale Angebot eine TV-Lizenz vorzuschreiben. Jeder Verlag bzw. Journalist solle im Internet, so ihre Forderung, ohne Lizenzpflicht tätig werden dürfen. Nur so sei die Pressefreiheit in den neuen Medien zu garantieren und mit Leben zu erfüllen.

Dr. Alexander Görke (Freie Universität Berlin) stuft den Fragenkatalog als ausgesprochen realistisch ein und attestiert ihm, die Wirklichkeit gut abzubilden, indem sich die Fragen zwischen einer Art Anfangseuphorie, den journalistischen Möglichkeiten im Internet uneingeschränkt positiv gegenüber zu stehen und Untergangsszenarien bewegten, das Genre läute das Ende des Journalismus ein. Letztendlich laufe es darauf hinaus, die Qualität des dargebotenen Journalismus in den Mittelpunkt der Betrachtung zu stellen. Darüber hinaus sei ihm die Bandbreite der gestellten Fragen positiv aufgefallen. Es werde nach dem Publikum ebenso gefragt, wie nach der rechtlichen Ausgestaltung einer künftigen Medienordnung. Man befasse sich mit der Frage nach einer eventuellen Regulierung, gehe auf ökonomische Mechanismen und technische Gegebenheiten ein und beleuchte insofern die ganze Bandbreite der Stärken und Schwächen, die den Online-Journalismus kennzeichnen. Er begrüßt, dass sich der Unterausschuss überhaupt mit dem Online-Journalismus befasst und diesen nicht ausschließlich den Marktmechanismen überlässt.

Dr. Görke gibt an, zwar großes Vertrauen in das Publikum zu haben, aber es überzeuge ihn nicht, wenn sich der Online-Journalismus ausschließlich nach dem Markt richte. Im angelsächsischen Raum sei bereits die Tendenz feststellbar, infolge der Überbewertung der Marktrelevanz den politischen Online-Journalismus zunehmend unter Druck zu setzen, um der Boulevardisierung weiteren Vorschub zu leisten.

Steffen Grimberg (Die Tageszeitung, Berlin) führt aus, der Online-Journalismus befinde sich in einer äußerst dynamischen Entwicklung, von der noch nicht annähernd absehbar sei, wo sie hinführe. Es habe bereits Schließungen von entsprechenden Portalen gegeben, deren Konzepte sich nicht bewährt hätten. Als besonderes Kennzeichen des Online-Journalismus hebt er die Dialogkomponente hervor, die eine unmittelbare Antwortmöglichkeit für den Leser bzw. Nutzer biete und keinen Zeitversatz – wie bei Leserbriefen – aufweise. Die Anbieter könnten frühzeitig und unkompliziert in Erfahrung

bringen, was die Leser bzw. Nutzer interessieren. Diese hätten die Möglichkeit, sich im Sinne eines kollaborativen Journalismus in die Nachrichtenbildung einzubringen. In der Weiterentwicklung multi-medialer Ansätze im Zusammenhang mit der Konvergenz sieht er das hauptsächliche Potenzial des Online-Journalismus. Je nach Thema werde er sich hinsichtlich der Darreichungsform ausprägen und die neuen medialen Möglichkeiten nutzen. In Bezug auf die in dem Fragenkatalog angesprochenen negativen Aspekte, wie eine Tendenz zur Beschleunigung der Nachrichtenintervalle im Netz, die Gefahr von Datenmüll und die Vernachlässigung des Datenschutzes, äußert er sich optimistisch, dass man diese Aspekte in den Griff bekommen werde.

Er sieht in der Perspektive einen Bedarf für journalistische Grundfertigkeiten und prognostiziert, dass der Journalismus im Netz künftig eine wichtige Rolle einnehmen werde, indem er dazu beitrage, den Nutzer hin zu qualitativ hochwertigen Angeboten zu lotsen. Dabei spiele das solide journalistische Handwerk eine große Rolle und werde durch Blogs und ähnliches lediglich ergänzt und nicht von diesen Genres verdrängt.

In Bezug auf die Recherchemöglichkeiten im Online-Journalismus erläutert er, dass die Gefahr darin bestehe, schlampig zu arbeiten und sich mit oberflächlich recherchierten („gegoogelten“) Nachrichten zu begnügen, anstatt die neue Vielfalt an webbasierten Recherchemöglichkeiten sinnvoll zu nutzen und insofern sorgfältig zu recherchieren. Er betont in diesem Zusammenhang, dass das Internet über Landesgrenzen hinweg Expertensachverstand leicht zugänglich mache, was als großer Vorteil anzusehen sei. Gleichwohl sei einzuräumen, dass sich der Online-Journalismus in wirtschaftlicher Hinsicht schwer tue, indem die Einnahmeseite wenig Spielraum biete. Es sei zu befürchten, dass sich auf Dauer nur wenige Online-Redaktionen sorgfältige eigene Rechercheleistungen leisten könnten

Alexander von Reibnitz (Verband der Deutschen Zeitschriftenverleger, Berlin) stellt eingangs Zahlen zur wirtschaftlichen Situation der Verlage – sowohl Publikumszeitschriften als auch Zeitungen – vor. Demnach haben die Verlage in den vergangenen vier Jahren zirka 10 % an Lesern verloren. Die Anzeigenumsätze hingegen sind ungefähr gleich geblieben. Ursächlich für diesen Rückgang an Lesern sei ein geändertes Mediennutzungsverhalten, das hinsichtlich Internet ein Plus und auf Seiten der Printmedien ein Minus an Lesern bzw. Nutzern aufweise. Vor diesem Hintergrund sei es für die Verlage überlebenswichtig, ihre Aktivitäten im Internet zu forcieren.

Einer Studie der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. aus dem Jahr 2007 sei zu entnehmen, dass sowohl das webbasierte redaktionelle Angebot als auch dessen Nutzung stark gestiegen sei. Der Anstieg derartiger Angebote im Internet betrage 44 % gegenüber dem Vorjahr und im Hinblick auf das Nutzungsverhalten der Leser bzw. Nutzer sei ein Anstieg von 17 % festzustellen. Von insgesamt über 700 Angeboten stellten die Verlage 270, was zirka 39 % entspreche. Damit würden diese das größte Segment vor Serviceportalen und TV-Sendern einnehmen. Die Nutzung von redaktionellem Content finde zu nahezu 41 % auf den Websites der Verlage statt. Sieben Verlage seien unter den 20 am häufigsten frequentierten.

Hinsichtlich der Finanzierung der Online-Aktivitäten der Verlage führt Herr von Reibnitz aus, dass sich Bezahlmodelle nur in Nischen durchgesetzt hätten und man sich ansonsten über Online-Werbung

finanziere. Es lägen Schätzungen vor, dass die Verlagsangebote für zirka 20 % (ungefähr 288 Mio. €) der in Deutschland im Jahr 2007 erzielten brutto Online-Werbeumsätze von stehen. Aus diesen Einnahmen müssten sämtliche Teilbereiche der Online-Aktivitäten finanziert werden: Das Redaktionspersonal, die Sachmittel, die technische Ausstattung und Investitionen in Inhalte. Das Umsatzwachstum der Verlage sei, was den Werbemarktanteil angehe, hinter dem der Serviceportale zurückgeblieben. Dies beruhe auf der vergleichsweise begrenzten Fläche, die für Werbezwecke im Internet zur Verfügung stehe und Änderungen der Art der angebotenen Werbung. Die Verlage sähen sich insofern großen Umbrüchen und Herausforderungen gegenüber, um ihre Online-Aktivitäten und journalistischen Kernbereiche zu finanzieren.

Dem Online-Journalismus als solchem spricht Herr von Reibnitz eine positive Perspektive zu. Mit steigender Zahl an Breitbandanschlüssen nehme die Nutzung des Internets zu und würden verstärkt auch journalistische Angebote nachgefragt. Es sei davon auszugehen, dass die Zahl der redaktionellen Angebote und deren Vielfalt zunehme, Optimismus sei zudem in Bezug auf die Erschließung neuer Zielgruppen angebracht, die sich dem Printbereich nicht ohne weiteres erschlossen. Es sei diesbezüglich feststellbar, dass es nur eine vergleichsweise geringe Überschneidung zwischen den Lesern im klassischen Sinn und den Nutzern bzw. Usern von Internetangeboten gebe. Bei den großen Nachrichtenmagazinen liege diese Schnittmenge bei nahezu 20 %, wohingegen 80 % entweder das eine oder das andere Medium nutzten.

Aus journalistischer Sicht biete das Internet räumlich gesehen grundsätzlich mehr Platz, als es im Printbereich der Fall sei, erfordere Kreativität hinsichtlich der Präsentationstechniken und biete Gelegenheit zu Markenbildung. Starke Marken würden Orientierung im Netz geben, unabhängig davon, ob es sich um Blogger oder rein journalistische Angebote handle.

Matthias Spielkamp (Journalist) stellt klar, dass es keine wirkliche inhaltliche Abgrenzung des Online-Journalismus vom herkömmlichen Journalismus gebe. Der Online-Journalismus habe eine wesentliche Auswirkung auf die journalistische Landschaft insgesamt, indem er neue, vor allem technische Vertriebswege nutze, wohingegen die althergebrachten journalistischen Standards und Normen weiterhin Geltung hätten. Er räumt ein, dass eine Trivialisierung der Inhalte und eine Abkehr von dem klassischen Vier-Augen-Prinzip, wonach Artikel vor der Veröffentlichung von einem weiteren Journalisten gegengelesen werden, festzustellen sei. Beides sei kritisch zu bewerten und es gelte, dies nicht zum Standard werden zu lassen. Als Ausbilder von Journalisten lege er Wert auf solche Standards und begegne insofern unliebsamen Entwicklungen.

Hinsichtlich der wirtschaftlichen Lage und Perspektive der Online-Aktivitäten im journalistischen Bereich bemängelt er als Hauptkriterium die Quotenbasiertheit der Betrachtung. Noch nie sei es möglich gewesen, das Nutzungsverhalten des Publikums so detailliert zu analysieren und sich danach auszurichten. Mittels moderner Analyseverfahren sei feststellbar, welches Ressort und welcher Artikel welche Nachfrage, mithin Resonanz, erziele. Analysen und Statistiken setzten den Journalismus stark unter Druck, indem sie ihn zeitnah mit einem detaillierten Nutzerverhalten konfrontierten, was im Printbereich so nicht der Fall sei. Insofern übe der Online-Journalismus, der im Trend sei, einen großen Einfluss auf den Journalismus insgesamt aus.

Abschließend spricht er die Rolle des Publikums, mithin der Leser und Nutzer an, und führt aus, dass diese mit Ihrem Interesse für ein bestimmtes Angebot erheblichen Einfluss darauf hätten, ob seriöser Journalismus nachgefragt werde oder nicht. Darüber hinaus spiele das Online-Angebot der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter keine zu unterschätzende Rolle. Die Online-Aktivitäten dieser Anbieter erforderten eine kritische Betrachtung.

Abg. Priska Hinz (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN) greift den Aspekt Qualität im Journalismus auf und fasst die Statements der Sachverständigen dahin gehend zusammen, dass Dinge, die für den Online-Journalismus gelten, grundsätzlich auch auf den Journalismus generell zutreffen. Es gebe zwar Eckpunkte, die insofern beachtlich seien, um seriösen Journalismus zu betreiben. Der Blick auf Quoten, die von immer feiner angesetzten Analysemöglichkeiten des Nutzerverhaltens des Publikums profitierten, setze die Redaktionen im Hinblick auf Qualität im Journalismus allerdings zunehmend unter Druck und werte quantitative Aspekte auf. Vor diesem Hintergrund richtet sie an Frau Dr. Bunz die Frage, wie sich Qualität im Online-Journalismus sicherstellen lasse. Von Herrn Spielkamp möchte sie wissen, ob und ggf. welche Regulierung er sich jenseits der Rundfunkstaatsverträge für den Online-Journalismus bzw. den Journalismus generell vorstellen könne.

Abg. Siegmund Ehrmann (SPD) hat Fragen an Herrn Dr. Görke und Herrn Grimberg. Frau Dr. Bunz habe vor Einschnitten in die Pressefreiheit im Online-Journalismus gewarnt. Zusätzliche Lizenzerfordernisse im Hinblick auf die Konvergenz und die Multimedialisierung der unterschiedlichen Elemente – Stichwort TV-Lizenzen – stellten eine Gefährdung der Pressefreiheit dar. Ihn interessiert, ob die beiden Sachverständigen diese Einschätzung teilen.

Abg. Christoph Waitz (FDP) richtet eine Frage an Herrn Spielkamp. Es sei ausgeführt worden, dass aufgrund der Angebote im Internet ein geändertes Nutzerverhalten feststellbar sei. Im Internet werde anders gelesen und recherchiert. Ihn interessiert, welche Bedeutung dieser Aspekt für die journalistische Ausbildung hat, welche Tipps Herr Spielkamp seinen Schülern gibt, um Texte zu erstellen und diese im Internet bestmöglich zu präsentieren.

Abg. Dr. Petra Sitte (DIE LINKE.) spricht mit Bezug auf Frage 21 des Fragenkatalogs die Vergütungssituation im Online-Journalismus an und fragt Herrn Spielkamp bzw. Herrn Dr. Bittner nach deren Einschätzung der Situation. Aus den Stellungnahmen gehe hervor, dass die Vergütung ein Problem darstelle. Das gelte auch für die Weiterverwertung von Beiträgen im Online-Bereich, da für diese ein geringerer Aufschlag gezahlt werde. Aus diesem Grund befänden sich viele im Online-Bereich tätige Journalisten in einer prekären Situation. Sie erwähnt schwarze Listen, die geführt werden, um freie Journalisten zu erfassen, die sich so genannten Buy-Out-Verträgen verweigerten, Verträge, mit denen sie praktisch sämtliche Verwertungsrechte gegen einmalige Abgeltung an einen Verlag übertragen. Das werfe die Frage auf, ob ein gesetzliches Mindesthonorar für Journalisten eingeführt werden solle, ob man Zeilenhonorare vorgeben oder besondere Regelungen für Online-Nutzungsarten vorsehen müsse. Da der Tarifvertrag für Zeitungsverlage nicht für allgemeinverbindlich

erklärt worden sei, bleibe für sie offen, wie man zu gerechteren Vergütungsmodalitäten kommen könne, als dies derzeit der Fall sei.

Matthias Spielkamp (Journalist) stellt in Beantwortung der Frage der Abg. Dr. Sitte klar, dass er keine Möglichkeit sieht, ein Gütesiegel für qualitativ hochwertigen Journalismus einzuführen, wie es im Umweltbereich mit dem Blauen Umweltengel für besonders umweltschonende Produkte und Dienstleistungen der Fall ist. Er sieht als problematisch an, welche Kriterien man zugrunde legen und welchem Gremium man die Vergabe eines solchen Gütesiegels anvertrauen wolle. Er könne sich weder vorstellen, eine solche Aufgabe einer staatlichen Stelle anzuvertrauen, noch dies dem Presserat zu überlassen. Er verweist insofern auf bestehende Grundlagen, wie den Pressekodex, die seiner Ansicht nach ausreichende Möglichkeiten der Qualitätssicherung im Pressebereich böten. Allerdings sei beachtlich, dass deren Geltung für den Online-Journalismus noch diskutiert werde. Selbst wenn man die Ausdehnung dieser Grundlagen auf den Online-Bereich erreicht habe, bleibe offen, wie man Blogger einstufe. Das Erfordernis einer grundsätzlichen Offenheit des Journalistenberufs lasse eine Regulierung im Prinzip nicht zu. Wenn man im Hinblick auf mehr Qualität etwas erreichen wolle, dann müsse man darauf achten, den Qualitätsmedien eine bessere Chance einzuräumen und ggf. über eine – wie auch immer geartete – finanzielle Unterstützung nachzudenken.

Die Frage des Abg. Waitz nach dem veränderten Nachfrageverhalten, anderen Formaten im Internet und deren Auswirkung auf die journalistische Ausbildung aufgreifend, führt Herr Spielkamp aus, dass ihn die Unbefangenheit betroffen mache, mit der der journalistische Nachwuchs zuweilen mit dem Internet als Rechercheinstrument umgehe und die Ergebnisse nur unzulänglich prüfe. In Anbetracht dieser Erfahrung zweifelt er an der Kompetenz des Publikums, im Hinblick auf Seriosität die journalistischen Angebote im Internet ausreichend zu unterscheiden und zu beurteilen. Deshalb plädiert er dafür, die Ausbildung von Online-Journalisten zu schärfen und handwerkliche Aspekte stärker zu betonen.

Hinsichtlich der geänderten Formate journalistischer Angebote im Internet teilt er mit, dass er dem Postulat, im Internet werde weniger gelesen, weshalb die Texte kürzer zu sein hätten, anfangs nicht zu folgen vermochte, mittlerweile aber ähnliche Erfahrungen gemacht habe. Kürzere Texte im Internet wiesen nicht unabdingbar einen Malus hinsichtlich der Qualität auf. Gleichwohl sei es schwierig, bestimmte Formate, wie essayistische bzw. reflektierende Beiträge, zu platzieren und das Publikum dafür zu interessieren.

Die Frage nach der Vergütungssituation für journalistische Tätigkeiten im Internet beantwortet Herr Spielkamp mit dem Verweis auf das Urheberrecht und das Urhebervertragsrecht. Darüber hinaus mache es Sinn, sich vor Augen zu halten, dass viele Journalisten ihre latent prekäre Situation dadurch zu beheben versuchen, dass sie Textbeiträge für Firmen, mithin eine Art Werbearbeit übernehmen und diese in überregional eingeführten Zeitungen unterbringen.

Er begrüßt die Forderung nach Mindesthonoraren gibt aber an, in die Überlegungen solle auch die Anregung einbezogen werden, mittels Stundenhonoraren bzw. Tagessätzen zu vergüten. In anderen

Bereichen sei ein vergleichbares Vergütungssystem längst Standard, weil die Vergütung nach Zeilen den Aufwand, den ein Journalist unter Umständen zu betreiben habe, nicht annähernd abbilde. Offen sei für ihn, wie man die Anregungen ausgestalten könne und ob sie in der Medienlandschaft durchsetzbar seien. Er spricht sich dafür aus, derartige Regelungen in den anstehenden Tarifverhandlungen mit anzusprechen.

Steffen Grimberg (Die Tageszeitung, Berlin) pflichtet Frau Dr. Bunz in der Beurteilung der Konvergenz und der begrenzten Präsentationsmöglichkeiten im Online-Journalismus grundsätzlich bei, ohne allerdings von einem Einschnitt in die Pressefreiheit sprechen zu wollen. Wenn man sich vor Augen halte, dass die Rundfunkregulierung seinerzeit wegen einer Begrenztheit der technischen Gegebenheiten, insbesondere der Frequenzen, eingeführt worden sei, werde klar, dass in einem digitalisierten Zeitalter eine Ressourcenknappheit nicht den Ausschlag für eine Regulierung geben könne. Man müsse sich vielmehr fragen, ob man für multimediale Angebote wirklich irgendwelche Zulassungslizenzen benötige oder ob die geltenden gesetzlichen Bestimmungen nicht ausreichen, um die medienrechtlichen Ziele zu erreichen.

Dr. Alexander Görke (Freie Universität Berlin) führt aus, Risiken ließen sich vergleichsweise schlecht objektivieren. Es sei verständlich, wenn Verfechter des Online-Journalismus darauf bestünden, hinsichtlich der möglichen Formate uneingeschränkt agieren zu können. Für ihn stehe die Frage der Lizenzierung im Hinblick auf die Pressefreiheit nicht im Zentrum der Überlegungen, sondern eher die Frage nach der ökonomischen Situation des Online-Journalismus und seiner Auswirkung auf den Journalismus allgemein. Online-Journalismus finanziere sich überwiegend aus Werbung und es gebe auf absehbare Zeit dazu wohl keine Alternative. Im Übrigen sei hinreichend bekannt, dass das Publikum nicht gewillt sei, für Angebote des Online-Journalismus Geld zu zahlen. Insofern sei die Perspektive auf jeden Fall bedenklich und prekär.

Dr. Mercedes Bunz (Tagesspiegel-Online, Berlin) erläutert, Untersuchungen hätten ergeben, dass die Nutzer ihres Online-Mediums überwiegend darauf abzielten, etwas über Berlin zu erfahren und weniger an Nachrichten aus aller Welt interessiert seien. Die Themen, nach denen das Publikum frage, hätten insofern keine ausschließliche Tendenz zum Boulevard, sondern es handle sich um einen von Tagesaktualität geprägten Querschnitt durch alle möglichen Bereiche. Sie bestätigt aus ihrer Erfahrung, dass es gelte, ins Internet eingestellte Beiträge möglichst übersichtlich und kompakt zu gestalten, um dem Publikumsinteresse gerecht zu werden. Sie bricht eine Lanze für den Online-Journalismus und gibt an, dass dieser wesentlich besser sei als sein Ruf. Sie widerspricht der These, eine allgemeine Tendenz zur Boulevardisierung im Online-Journalismus zu sehen.

Frau Dr. Bunz erteilt jeglicher Regulierung im Bereich Online-Journalismus eine Absage, da sich die Pressefreiheit in Deutschland rundum bewährt habe. Für die Qualität des Online-Journalismus räumt sie allerdings dann ein ökonomisches Problem ein, wenn man einen investigativen Journalismus erwarte, der von intensiven Recherchen gekennzeichnet sei. Möglicherweise lasse sich durch Veränderung von Abläufen in den Redaktionen und weitere technische Maßnahmen verhindern, dass

man aufgrund anderer ökonomischer Voraussetzungen bestimmte journalistische Formen nicht mehr beibehalten könne.

Sie lobt die Dialogmöglichkeiten des Journalismus in Zeiten des Web 2.0 mit dem Publikum. Das sei ein ausgesprochen positives und tragfähiges Merkmal, das sich der Online-Journalismus zuschreiben könne. Online-Journalismus sei in qualitativer Hinsicht nicht ausschließlich deshalb gefährdet, weil er auch auf quantitative Aspekte zu achten habe und sich mit der Analyse der Nutzerzahlen und des Verhaltens dieser konfrontiert sehe, sondern Gefahr gehe für ihn von der Perspektive aus, die man dem öffentlich-rechtlichen Rundfunkangebot im Hinblick auf neue Medien zubillige. Dessen Auswirkung auf den Online-Journalismus gelte es zu bedenken.

Dr. Andreas Bittner (Deutscher Journalistenverband, Berlin) ist gegen eine Regulierung des Online-Journalismus und lehnt ein mögliches Gütesiegel für Qualitätsjournalismus im Internet ebenso ab, wie die Forderung nach einem Mindestlohn für Journalisten. Die Offenheit des Berufsstandes des Journalisten müsse auf jeden Fall beibehalten werden. Das schließe nicht aus, in den anstehenden Tarifverhandlungen auch etwas für die im Online-Bereich tätigen Journalisten und Freiberufler zu tun und die Geltung des Pressekodexes auf den Online-Bereich auszudehnen, auch wenn das im Hinblick auf die Vergütung journalistischer Tätigkeit keine Akzente setze. Eine Ausweitung des Pressekodexes auf Blogger sieht er allerdings nicht. Es gelte zudem, auf die Selbstkontrolle des Bereichs zu setzen und in die Kompetenz des Publikums zu vertrauen, eine beständige Qualität hinsichtlich der online angebotenen redaktionellen Inhalte einzufordern. Insofern werde das Kriterium auch der Orientierung hinsichtlich der Vielfalt der Angebote dienen.

Abg. Jürgen Kucharczyk (SPD) spricht das Thema Medienkompetenz an und äußert Skepsis, ob das Publikum das Qualitätskriterium dauerhaft als zentral ansehe. Ihn interessiert, wie Frau Dr. Bunz und Herr Spielkamp beim Publikum im Hinblick auf eine möglichst objektive Meinungsbildung die Kompetenz erreichen wollen, dass sich dieses im Internet so umfassend wie möglich informiert und eine vergleichsweise hohe Qualität abfragt.

Abg. Christoph Waitz (FDP) geht auf das digitale Angebot der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter ein und äußert Zweifel, dass dieses per se Qualität garantiere. Ihn interessiert mit Blick auf die von Frau Dr. Bunz angesprochene Leserreaktion und direkte Kommunikationsmöglichkeit der Anbieter mit dem Publikum, worin sich diese von der vormaligen Möglichkeit, Leserbriefe zu schreiben, wesentlich unterscheiden und welche Auswirkungen das auf die Online-Redaktionen habe. Des Weiteren möchte er von Herrn Dr. Bittner wissen, welche Veränderungen im Hinblick auf die Arbeitsbedingungen Online-Journalisten erfahren haben. Er vermute, dass Online-Journalismus nicht mehr ausschließlich in den Büros der Online-Redaktionen stattfinde, sondern viele Journalisten ihre Arbeit von zu Hause aus erledigen. Vor diesem Hintergrund fragt er, ob es erforderlich sei, für mehr Sicherheit und Schutz der journalistischen Tätigkeit vor strafrechtlichen Maßnahmen zu sorgen.

Dr. Petra Sitte (DIE LINKE.) richtet an Frau Dr. Bunz und Herrn Dr. Bittner die Frage nach der Bedeutung des Zeugnisverweigerungsrechts von Journalisten. Sie möchte wissen, wie dieses Recht

im Online-Bereich besser gewährleistet werden kann, wenn man bedenke, dass es schwierig sei festzustellen, wer als Journalist gelte und was im Internetzeitalter als journalistisches Medium anzusehen sei. In einigen Stellungnahmen werde Handlungsbedarf erwähnt. Sie interessiert, ob eine Präzisierung des Zeugnisverweigerungsrechts erforderlich ist und nennt in dem Zusammenhang die Idee, eine Registrierung von Online-Journalisten vorzusehen.

Abg. Priska Hinz (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN) erkundigt sich bei Frau Dr. Bunz und Herrn von Reibnitz nach den ökonomischen Bedingungen, unter denen Journalismus – insbesondere online – ausgeübt wird und möchte wissen, wie man diese Bedingungen ggf. verbessern bzw. entwickeln kann. Sie erwähnt den Ansatz, den politischen Journalismus vor weiterem ökonomischen Druck in Schutz zu nehmen. Sie sieht einen Zwiespalt darin, Online-Angebote für das Publikum kostenfrei anzubieten und zugleich Qualitätsjournalismus zu erwarten. Mit kostenpflichtigen Angeboten wiederum weise man potenzielle Nutzergruppen ab und leiste der Gefahr Vorschub, eine Aufspaltung unter den Nutzern zu bewirken, die nicht Sinn der Sache sein könne.

Abg. Siegfried Ehrmann (SPD) spricht aktuelle Entwicklungen im Zusammenhang mit der Verhandlung des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags und den Ansatz an, die Online-Aktivitäten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter zu begrenzen. Möglicherweise komme diese Entwicklung den Online-Redaktionen der anderen Anbieter zugute, indem diese über neue ökonomische Potenziale verfügten und bessere Bedingungen vorfänden. Ihn interessiert dazu die Einschätzung von Herrn von Reibnitz.

Als weiteren Aspekt spricht er den Umgang mit Nachrichten auf Serviceportalen an, die zwar an vorderster Stelle eingestellt seien, aber kein besonderes Interesse beim Publikum fänden. Er erkundigt sich diesbezüglich bei Herrn Grimberg nach den Kriterien für das Einstellen von Nachrichten.

Dr. Andreas Bittner (Deutscher Journalistenverband, Berlin) erläutert, dass nicht nur die Wohnung eines Journalisten geschützt werden solle, das sei eine Selbstverständlichkeit, sondern der Schutz deutlich darüber hinausgehen müsse. Die Debatte zur Online-Durchsuchung habe man gerade hinter sich und sein Verband habe dazu ebenso ausführlich Stellung genommen, wie zu dem Thema Zeugnisverweigerungsrecht. Er spricht den Journalistenausweis an und kritisiert, dass man es versäumt habe, bei der neuen Ausweisgeneration zwischen herkömmlichen Journalisten und Online-Journalisten zu unterscheiden.

Dr. Mercedes Bunz (Tagesspiegel Online, Berlin) antwortet auf die Frage des Abg. Kucharczyk, nach Medienkompetenz, dass es gelte, diese auch an Schulen zu vermitteln und sich dort mit Printmedien ebenso zu befassen, wie mit Internetangeboten. Junge Leute würden sich zurückhaltender für Politik interessieren und hätten nicht den Ansatz, ständig auf dem neuesten Informationsstand zu sein. Sie rät dazu, davon auszugehen, dass Jugendliche eine gesunde Distanz zu den Informationen haben, die sie dem Internet entnehmen und ein reger Informationsaustausch in Bezug auf Hinweise zu interessanten Internetangeboten stattfinde. Im Übrigen sei ein hohes soziales Gerechtigkeitsgefühl feststellbar. Die klassischen Nachrichten stünden dabei möglicherweise nicht mehr so im Mittelpunkt

wie im Printbereich, der eher auf die älteren Erwachsenen ziele. Neuerdings gelte es, sich stärker auf den Leser einzustellen und nicht danach zu schießen, wer welche Position vertrete, sondern die grundsätzlichen Aspekte von Positionen und Entwicklungen ausführlicher darzustellen und Hintergründe aufzuzeigen. Die Redaktionen seien gefordert, sich stärker um den Leser zu kümmern – auch online –, denn dieser kehre den Angeboten zunehmend den Rücken.

Auf die Frage nach dem Unterschied zwischen Leserbriefen und Leserkommentaren eingehend, stellt Frau Dr. Bunz dar, dass Leserkommentare nicht annähernd so aufwändig seien wie Leserbriefe und deshalb eine Unmittelbarkeit und Direktheit aufweisen, die Journalisten herausfordert. Sie sieht die Gelegenheit, in eine Debatte mit den Lesern einzutreten, von diesen zu lernen, sie als Teil der Recherche zu nutzen und insofern eine neue Dimension des Journalismus aufzutun. Das eine oder andere Medium habe auf diese Weise eine Art Debattenjournalismus im Netz eröffnet, den sie nicht gutheiße. Sie warnt davor, dass sich Anbieter darauf einlassen, denn es gelte, zu recherchieren und nach vorne zu blicken.

Auf die Frage nach der Beschäftigungssituation von Online-Journalisten erläutert Frau Dr. Bunz, dass es im Online-Bereich weniger verbreitet sei, auf selbstständige Journalisten zurückzugreifen als vermutet werde. Es werde vielmehr darauf geachtet, einen festangestellten Mitarbeiterstab zu etablieren und Aufträge so zu verteilen, dass man flexibel ist und prompt agieren und reagieren kann. Schließlich sei dies das Credo des neuen Mediums.

In Bezug auf das Zeugnisverweigerungsrecht spricht sie sich dafür aus, jemanden, der als professioneller Blogger agiert, als Online-Journalist bzw. Journalist anzuerkennen.

Den Ansatz, Journalismus im Internet kostenpflichtig anzubieten, habe der Markt nicht hergegeben. Sie führt aus, die Kostensituation stelle sich so dar, dass die Werbefinanzierung das Hauptmoment sei. Der Umsatz durch Anzeigen sei nicht nur für alle gedruckten Medien wichtig, sondern auch online. Hier müssten auch die Werbetreibenden insofern dazulernen, als sie die geänderten Möglichkeiten durch das Internet ernst nehmen und kreativer mit diesen umgehen. Es könne nicht sein, dass der Online-Bereich sich mit 10 – 15 % des Werbeumsatzes begnügen müsse, wenn man sich vor Augen führe, wie frequentiert journalistische Online-Angebote mittlerweile sind. Im Hinblick auf den Gesamtumsatz der Medienhäuser sei der Anteil des Online-Bereichs noch reichlich unterbewertet.

Steffen Grimberg (Die Tageszeitung, Berlin) antwortet auf die Frage des Abg. Ehrmann nach der Rolle handwerklicher journalistischer Fähigkeiten im Online-Bereich mit der Aussage, im Printbereich bekomme man es nicht mit, wenn jemand die Lektüre verweigere, wohingegen man dies bei Online-Nutzern problemlos feststellen könne. Er erläutert, dass oftmals versucht werde, Nachrichten so auf den Startseiten zu platzieren, dass andere, populäre Angebote – er spricht von Klickmonstern – den Nutzer animierten, die Nachricht mit wahrzunehmen. Es gebe zweifelsohne die Möglichkeit, dies zu beeinflussen. Andererseits gebe es die Übung, Nachrichten mehrfach zu verwerten und sie, sobald sie nicht mehr auf der Startseite erscheinen, in einzelnen Sparten unterzubringen. Der Markt würde oft eigenmächtig entscheiden, welche Nachrichten wahrgenommen würden und welches Format als ansprechend gelte. Wichtig sei die Erkenntnis, den Leser abholen und sich als Journalist auf das Publi-

kum in der gebotenen Form einstellen zu müssen. Insofern seien die Analysemöglichkeiten und Rückmeldungen durch das Publikum, die das Internet biete, hilfreich und vorteilhaft. Zudem gebe es gelegentlich auch Diskussionen unter den Nutzern und man gebe sich gegenseitig Hinweise und Erläuterungen, so dass der Journalist im Online-Bereich im Vergleich zu Leserbriefen und Gegendarstellungen im Printbereich erheblich flexibler vorgehen könne.

Alexander von Reibnitz (Verband der Deutschen Zeitschriftenverleger, Berlin) erläutert in Beantwortung der von der Abg. Hinz aufgeworfenen Frage nach den ökonomischen Bedingungen für Journalisten, im Printbereich sei eine Konsolidierung des Marktes feststellbar, indem es in der letzten Zeit einige Übernahmen und Aufkäufe gegeben habe. Prominente Beispiele seien die Verlagsgruppe Milchstraße in Hamburg, die Süddeutsche Zeitung in München bzw. die Schleswig Holsteinische Zeitungsgruppe und im letzten Jahr der Verkauf der Braunschweiger Tageszeitung. Mit gedruckten Medien sei nicht mehr so viel Geld zu verdienen wie in der Vergangenheit und festzustellen, dass der Online-Bereich das noch nicht kompensiere, was im Printbereich verloren gehe. Es gebe insgesamt weniger zu verteilen. Die Diskussion um den Total-Buy-out-Vertrag sei für seinen Verband nicht ganz nachvollziehbar, weil der Unterschied zu dem vormaligen Vertrag nicht groß sei. Nur weil neue Vertriebskanäle dazu kämen wie mobile Dienste und das Internet, bedeute dies noch lange nicht, dass neue Umsätze getätigt würden bzw. dass in den ursprünglichen Vertriebskanälen nicht auch etwas verloren gehe. Dies gelte es bei der Diskussion zu berücksichtigen.

Im Moment gebe es keinen wirklichen Druck auf den politischen Journalismus. Unter den Top 30 Content Providern im Internet befinde sich die Mehrzahl der überregional führenden Tageszeitungen und Zeitschriften. Die Onlineredaktionen dieser Publikationen seien personell vergleichsweise gut ausgestattet, stünden hinter den Printredaktionen nicht nennenswert zurück und böten zudem Qualität. Er bezweifle, dass Bezahlmodelle zukunftsträchtig sind, um neue Erlösquellen im Internet zu erschließen. Man habe dies in den Jahren 2001 bis 2003 versucht, als die Online-Werbemärkte im Vergleich zu heute noch klein gewesen seien. In dieser Zeit sei es nicht gelungen, mit paid content neue Standbeine auf dem Markt zu etablieren. Derartige Versuche seien sowohl in Deutschland als auch europa- bzw. weltweit gescheitert. Lediglich das Wall Street Journal habe eine nennenswerte Anzahl an Abonnenten im Internet. Möglicherweise treffe dies noch auf die eine oder andere Fachpublikation zu. Paid content habe aber im Archivbereich der Verlage vergleichsweise lange existiert. Das Einführen einer Bezahlmodalität im Internet habe nachweislich dazu geführt, dass die relevanten Bereiche von weniger Nutzern aufgesucht wurden und nicht dazu beitrugen, die sonstigen Erlösrückgänge durch Bezahlannahmen auszugleichen. Im Internet sei mit Werbung einfach mehr zu verdienen als durch kostenpflichtige Inhalte. Wenn man sich den Printbereich genauer ansehe, seien ein Auflagenverlust von 10 % und eine Zunahme des Anteils an Werbeeinnahmen feststellbar. Dies bringe allerdings auch eine Konjunkturanfälligkeit der Verlage mit sich.

Auf die Frage des Abg. Ehrmann eingehend führt er aus, die Änderungen, die der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag in sich berge, böten Anlass zu der Hoffnung auf bessere Bedingungen für die Verlage hinsichtlich ihrer ökonomischen Situation. Man hoffe, dass die Verlage nicht weiter durch die Geschäftstätigkeit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter im Internet beeinträch-

tigt würden. Das Verhandlungsergebnis stimme ihn zuversichtlich, dass die Verlage im Internet letztendlich mehr Mittel zur Verfügung hätten, um ihre Aktivitäten dort auszubauen.

Matthias Spielkamp (Journalist) antwortet auf die Frage des Abg. Kucharczyk nach der Medienkompetenz des Publikums dahin gehend, dass es für die Nutzer sicher nicht ganz einfach sei, die Qualitätsmedien und die sonstigen Medien auseinander zu halten. Grundsätzlich fehle die Definition eines gehaltvollen Journalismus, so dass ungeklärt sei, was unter Qualitätsmedien zu verstehen sei. Ähnlich ungenau nur lasse sich Medienkompetenz beschreiben, die insbesondere auch eine altersspezifische Komponente bzw. Betrachtungsweise aufweise.

Matthias Spielkamp gibt an, dass der Diskussion um die Internetangebote der verengte Blick auf die Massenwirkung des Mediums abträglich sei. Auf der einen Seite gebe es die Möglichkeit, als Blogger ungehindert veröffentlichen zu können, um so vergleichsweise viele Meinungen auf den Markt zu bringen. Andererseits sei der Markt unübersichtlich und es für die Nutzer schwierig, im Hinblick auf das schier unendliche Angebot die interessanten und kompetenten Angebote ausfindig zu machen. Dass am Ende die Pluralität darunter leide, sei deshalb nachvollziehbar. Er erläutert, dass die führenden Werbeträger im Netz in Bezug auf die Reichweite nicht die Nachrichtenanbieter, sondern Plattformbetreiber seien. Insofern sei die von seinem Vorredner getroffene Aussage hinsichtlich qualitativer Aspekte der redaktionellen Internetangebote nicht zutreffend. Er habe sich lediglich auf Nachrichtenanbieter beschränkt und übersehen, dass diese in Konkurrenz zu anderen Anbietern im Internet stehen, die ebenfalls Nachrichten im Programm haben. Es sei fraglich, ob auf diesen Plattformen Qualitätsjournalismus angeboten werde.

Der Vorsitzende dankt den Sachverständigen für ihre Ausführungen und schließt die Aussprache.

Tagesordnungspunkt 2

Verschiedenes

Keine Bemerkungen.

Schluss der Sitzung: 17:00 Uhr

Christoph Pries, MdB
Vorsitzender