

Ausschuss für Kultur und Medien
Wortprotokoll
31. Sitzung

Berlin, den 23.02.2011, 15:30 Uhr
Sitzungsort: Paul-Löbe-Haus
Konrad-Adenauer-Str. 1
10557 Berlin
Sitzungssaal: E.300

Vorsitz: Monika Grütters, MdB

TAGESORDNUNG:

Einziges Tagesordnungspunkt

Öffentliches Expertengespräch zum Thema "Zukunft des Qualitätsjournalismus"

Wolfgang Blau, Chefredakteur ZEIT ONLINE

Katharina Borchert, Geschäftsführerin SPIEGEL ONLINE

Ulrike Kaiser, stellvertretende Vorsitzende Deutscher Journalisten-Verband, Initiative Qualität im Journalismus

Hans Leyendecker, zweiter Vorsitzender netzwerk recherche e.V.

Prof. Dr. Volker Lilienthal, Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft, Universität Hamburg

Matthias Spielkamp, Projektleiter iRights.info

Dr. Wolfgang Storz, Publizist

* Redaktionell überarbeitete Bandabschrift

Anwesenheitsliste*

Mitglieder des Ausschusses

Ordentliche Mitglieder des Ausschusses

Stellv. Mitglieder des Ausschusses

CDU/CSU

Börnsen (Bönstrup), Wolfgang
Grütters, Monika
Poland, Christoph
Selle, Johannes
Wanderwitz, Marco
Wöhrl, Dagmar

Heveling, Ansgar
Michalk, Maria

SPD

Ehrmann, Siegmund
Krüger-Leißner, Angelika
Schmidt (Aachen), Ulla
Zypries, Brigitte

Dörmann, Martin

FDP

Blumenthal, Sebastian
Deutschmann, Reiner
Kurth (Kyffhäuser), Patrick
Müller-Sönksen, Burkhardt

Lindemann, Lars

DIE LINKE.

Jochimsen, Lukrezia, Dr.

Behrens, Herbert

BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Rößner, Tabea

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

Bundesregierung

Gehrke
Berens

BKM
BKM

Bundesrat

Passek
Forst
Denove
Gramlich-Nürnberger
Steinbach

LV Saarland
LV Sachsen-Anhalt
LV Bayern
LV Sachsen
LV Hessen

Fraktionen und Gruppen

Sauer
Unger
Kannapin
Braun
Dobeneck
Elliesen-Kliefoth
Mühlberg
Leberl
Trautsch
Göllnitz
Kollbeck

FDP
DIE LINKE.
DIE LINKE.
DIE LINKE.
B90/GRÜNE
DIE LINKE.
DIE LINKE.
CDU/CSU
CDU/CSU
FDP
SPD

Öffentliches Expertengespräch zum Thema "Zukunft des Qualitätsjournalismus"

Die Vorsitzende: Meine sehr verehrten Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen. Ich begrüße Sie sehr herzlich zur 31. Sitzung des Ausschusses für Kultur und Medien hier im Deutschen Bundestag. Ganz besonders herzlich begrüßen möchte ich unsere Gäste der heutigen Sitzung. Wir sind, weil es sich um eine öffentliche Sitzung handelt, in einen größeren Saal gegangen, und Sie sehen das Interesse. Wir erwarten noch eine Gruppe von Gästen unseres Ausschusses aus Armenien, die ich dann noch begrüßen werde, sobald sie eintreffen. Wir beginnen jetzt aber erst einmal mit dem öffentlichen Teil unserer Sitzung.

Sie wissen, dass der Ausschuss für Kultur und Medien in der Regel nichtöffentlich tagt. Bei einem Thema, wie wir es heute auf der Tagesordnung haben, das alle angeht und das sich in der Öffentlichkeit abspielt, waren wir uns einig, in einem öffentlichen Expertengespräch die „Zukunft des Qualitätsjournalismus“ zu beleuchten. Weil ich schon einige Male von Ihren Kolleginnen und Kollegen darauf angesprochen worden bin, möchte ich an dieser Stelle darauf hinweisen, dass beabsichtigt ist, den Journalismus in diesem Jahr in einer größeren Reihe zu einem Schwerpunktthema des Ausschusses für Kultur und Medien zu machen und dabei auch andere Vertreterinnen und Vertreter der Branche mit einzubeziehen. Das Thema Qualitätsjournalismus und das Expertengespräch heute sollen nur der Auftakt sein zu einer Reihe mit drei, vielleicht sogar vier vergleichbaren Veranstaltungen, in denen wir das Gespräch mit Verbänden suchen, uns mit der Ausbildung im Journalismus, der sozialen Lage von Journalistinnen und Journalisten und der Pressefreiheit in Europa und international – wir sehen ja gerade, wie aktuell das ist – näher befassen wollen. Das heißt, auch Akteure, die heute noch nicht bei uns sind, werden im Verlauf dieser Reihe hier zu Gast sein.

Ich freue mich sehr, Ihnen unsere heutigen Gäste in alphabetischer Reihenfolge vorstellen zu können. Zunächst einmal Herrn Wolfgang Blau. Er ist Onlinejournalist und Chefredakteur von *Zeit Online*. Dann haben wir Frau Katharina Borchert. Sie ist Chefredakteurin von *Spiegel Online*, kreierte 2002 den Blog *Lyssas Lounge* und war Chefredakteurin von *www.derwesten.de*. Dann haben wir Frau Ulrike Kaiser, deutsche Medienjournalistin. Sie war mehr als 20 Jahre lang Chefredakteurin von *Der Journalist*, der Mitgliedszeitschrift des Deutschen Journalistenverbandes. Frau Kaiser ist also in doppelter Weise prädestiniert, uns heute Auskunft zu geben. Hans Leyendecker, ich freue mich, wir sind uns schon öfter in ähnlichen Veranstaltungen wie der heutigen begegnet, dass Sie heute einmal wieder hier sind. Er ist Journalist und bekannt vor allen Dingen auch wegen seiner investigativen Arbeit. Er hat nahezu 20 Jahre für den *Spiegel* gearbeitet und ist seit 1997 leitender Redakteur bei der *Süddeutschen Zeitung* (SZ). Prof. Dr. Volker Lilienthal ist an der Universität Hamburg tätig, war 20 Jahre lang Redakteur beim *Evangelischen Pressedienst* und hat seit 2009 die Professur für die Praxis des Qualitätsjournalismus inne. Es mag geradezu so erscheinen, als hätten Sie diese Veranstaltung antizipiert oder wir uns vom Thema her an Ihrer Professur ausgerichtet. Matthias Spielkamp ist Gründungsredakteur und Projektleiter von *irights.info*, Urheberrecht in der digitalen Welt. Wir haben ja eine Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ beim Deutschen Bundestag und wissen von daher, wie wichtig und wirklich umwälzend diese Entwicklungen in unserer Gesellschaft sind. Herr Spielkamp ist freier Journalist, unter

anderem für die ARD- und ZDF-Medienakademie tätig und Teilhaber des Berliner Journalistenbüros „Autorenwerk“. Dann begrüße ich Herrn Dr. Wolfgang Storz, Journalist. Er hat beim Südwestrundfunk und bei der Wochenzeitung *Die Zeit* gearbeitet, war von 2002 bis 2006 Chefredakteur der *Frankfurter Rundschau* (FR) und hat außerdem für eine Gewerkschaftszeitung der IG-Metall gearbeitet. Ich freue mich, eine derart prominente Expertenrunde und ein nicht minder prominentes Publikum begrüßen zu dürfen. Ich glaube, das kann ein guter Auftakt unserer Reihe werden.

Zwei Bemerkungen möchte ich noch machen, bevor ich geschäftsleitend etwas zum Vorgang hier sage. Wir haben heute eine Aktuelle Stunde zu einem wichtigen, uns alle betreffenden Thema und deshalb sind einige von unseren Kollegen wenigstens zeitweise im Plenum und wir nicht ganz so vollständig besetzt wie sonst üblich. Wir haben bis 17.15 Uhr Zeit und haben uns das Vorgehen wie folgt gedacht: Um das Gespräch vorzubereiten, haben wir Ihnen als Sachverständige einige Leitfragen zukommen lassen. Wir wären Ihnen sehr dankbar, wenn jeder von Ihnen ein paar Minuten, fünf maximal, zu dem Thema einleitend etwas sagen würde. Danach werden wir in der üblichen Reihenfolge: Koalition, Opposition, Koalition, Opposition eine erste Fragerunde machen, in deren Verlauf Sie bitte immer direkt auf die Fragen antworten. Also, es soll nicht gesammelt werden.

Die Veranstaltung wird übrigens mitgeschnitten, deshalb ist hier hinten abgedunkelt. Sie wird heute erstmals um 20 Uhr über das Internetangebot des Deutschen Bundestages ausgestrahlt und danach ist sie in der Mediathek des Deutschen Bundestages abrufbar. Das war uns bei diesem Thema besonders wichtig. Außerdem wird, das ist hier so üblich, ein Wortprotokoll erstellt, das später ebenfalls im Internet einsehbar ist.

Ich hoffe, dass damit die meisten Fragen erst einmal vorab geklärt sind und freue mich, dass ich jetzt auch unsere armenischen Gäste begrüßen darf. Willkommen hier bei uns im Ausschuss. Die fünfköpfige Gruppe befindet sich auf Einladung des Auswärtigen Amtes in Berlin und absolviert ein Besuchsprogramm zur Rolle der Medien im Demokratisierungsprozess. Das passt heute besonders gut und deshalb freue ich mich, den Vorsitzenden des ständigen Ausschusses für Bildung, Kultur, Wissenschaft, Jugend und Sport der armenischen Nationalversammlung, Herrn Artak Davtyan, begrüßen zu dürfen. Schön, dass Sie da sind. Die weiteren Gäste sind Direktoren, Geschäftsführer, Gründer armenischer Fernsehsender und Mitglieder der nationalen Rundfunkkommission.

Genug der Vorrede – ich freue mich, dass wir jetzt die Experten hören können. Wir gehen alphabetisch – aus meiner Perspektive von links nach rechts – vor, und da hätte als Erster Herr Blau das Wort. Herr Blau, bitte.

Wolfgang Blau (Chefredakteur ZEIT ONLINE): Meine Damen und Herren, vielen Dank für die Einladung. Sie haben uns vor wenigen Tagen stichwortartige Fragen zur Zukunft und zum derzeitigen Zustand des Journalismus in Deutschland geschickt und Ihre Fragen ähneln auf weiten Strecken den Fragen, die wir auch auf den Branchenkonferenzen der Journalisten schon seit vielen Jahren diskutieren. Als jemand,

der diese Diskussion nun schon lange beobachtet, dachte ich mir, es könnte vielleicht sinnvoll sein, wenn ich heute für diesen Ausschuss einmal die, aus meiner Sicht, häufigsten Branchenmythen über den Zustand des Journalismus skizzenhaft darstelle.

Mythos eins: Blogs durchbrechen die Aufklärungsfunktion der Presse beziehungsweise Blogs stellen eine Gefahr für traditionelle, kommerzielle Medien dar. Dazu lässt sich sagen, dass wir bei *Zeit Online* und auch bei unseren Kollegen wünschten, es gäbe noch sehr viel mehr Blogs in Deutschland. Blogs bereichern unsere Arbeit. Wir werden durch Blogs auf relevante Themen hingewiesen und oft sind Blogs auch ein Korrektiv für unsere eigene Arbeit. Darüber hinaus glauben wir, dass es eigentlich kaum möglich ist, Blogs überhaupt als Gattung zu definieren.

Mythos zwei: Google ist schuld am Niedergang der Tageszeitungen, würde es Google nicht geben, ginge es den Tageszeitungen viel besser. Tatsächlich haben Tageszeitungen einen Großteil ihrer sogenannten Rubrikanzeigemärkte, also Anzeigen für Immobilien, Autos, Jobs und Partnersuche, an das Internet verloren. Das liegt aber nicht an Google, sondern daran, dass diese Anzeigen im Netz kostengünstiger beziehungsweise oftmals sogar kostenlos aufgegeben werden können, in einer sehr viel größeren Anzahl zielgenauer sind, also für mich persönlich relevanter durchsucht werden können.

In Bezug auf die Abwanderung nicht nur der Anzeigenkunden, sondern auch der Leser von Tageszeitungen sollte erwähnt werden, dass die Tageszeitung nicht nur unter der größeren Aktualität des Internets oder in diesem Zusammenhang von *Google News* leidet, sondern auch unter der Tatsache, dass Zeitungen ebenso wie lineare Broadcastmedien eigentlich ein Medienkonzept aus dem Industriezeitalter sind. Sie müssen versuchen, ein Produkt für eine maximale Zahl von Nutzern herzustellen und können nicht zahlreiche verschiedene Produkte anbieten. Dazu gehört auch, dass das Internet in einer Wahrheit, wie sie uns allen hier in diesem Raum noch gar nicht bewusst ist, es ermöglicht hat, unsere Spezialinteressen, auch unsere Hobbies, in einer Weise auszudifferenzieren, die es für Tageszeitungen zunehmend schwierig macht, eine gemeinsame Schnittmenge zu finden.

Mythos Nummer drei: Nur Print- und Broadcastmedien können für gesellschaftlichen Zusammenhalt und Meinungspluralismus sorgen, im Internet sitzt dagegen jeder im insolierten Silo seiner oder ihrer Spezialinteressen. Wir gehen vom Gegenteil aus. Einer Studie der amerikanischen Pew Foundation zufolge nutzen US-Bürger, die sich bevorzugt im Netz, statt über Print- oder Broadcastmedien informieren, sehr viel mehr Quellen aus einem sehr viel größeren, breiteren politischen Spektrum, als es die Nutzer klassischer Medien tun. Auch bei *Zeit Online* beobachten wir, dass unsere User uns regelmäßig auf zahlreiche weiterführende, gute Quellen aus anderen Medien hinweisen, die unserer eigenen Sichtweise deutlich widersprechen. Auch das Argument, nur die Zeitung weise ihre Leser auf Themen hin, die man selbst nie gefunden oder gar gesucht hätte, ist nicht wirklich tragfähig. Auf einer durchschnittlichen Artikelseite von *Zeit Online* werden Sie als Leser – das gilt genauso auch für *Spiegel Online* – auf über 20 weitere Themen aufmerksam gemacht.

Mythos Nummer vier, besonders beliebt: Der Onlinejournalismus habe noch kein Geschäftsmodell. Es besteht in der Branche ein nicht zu übersehendes Interesse daran, den längst erreichten kommerziellen Erfolg von beispielsweise *Spiegel Online* oder der österreichischen Website *standard.at* der Tageszeitung *Der Standard* zu leugnen oder subtil in Frage zu stellen. Wenn der kommerzielle Erfolg einer journalistischen Website von einem traditionellen Medienhaus wirklich gewünscht ist, ist er meines Erachtens auch möglich und wir sind bei *Zeit Online* sehr zuversichtlich, ein hochprofitables Unternehmen aufzubauen. Dabei muss man fairerweise hinzufügen, dass sich ein nur wöchentlich, statt täglich erscheinendes Printmedium und eine permanent aktualisierte Website gegenseitig weniger Konkurrenz machen, als beispielsweise eine Tageszeitung und ihre eigene Website. Unsere Ausgangsbedingungen sind also etwas günstiger.

Mythos Nummer fünf: Als Medienplattform begünstige das Internet eine Boulevardisierung des Journalismus. Mit diesem Mythos verwandt ist auch die Grundannahme, Onlinejournalisten würden bei ihren Themenentscheidungen nur auf Klickstatistiken und maximale Google-Sichtbarkeit achten. Tatsächlich können wir Onlinejournalisten in beinahe Echtzeit beobachten, wie häufig unsere Texte gelesen, kommentiert oder via E-Mail oder Social Media weiterempfohlen werden. An dieser Stelle trennen sich dann aber Spreu und Weizen. Sie können im Netz versuchen, in ihrem Genre beste Website zu werden oder die reichweitenstärkste. Beides sind legitime Ziele. Die beiden Ziele schließen sich aber gegenseitig aus. Wenn Ihr redaktionelles Konzept darauf ausgelegt ist, maximal hohe Leserzahlen zu erreichen, dann bleibt Ihnen wenig anderes übrig, als zu boulevardisieren. Wenn Sie aber auch gegenüber Ihren Werbekunden darauf verweisen möchten, dass Ihre Website eine Leserschaft mit ganz spezifischen, wertvollen Charakteristika hat, typische Spezialinteressen, typische demografische Daten, dann würden Sie sich diese Zielgruppe durch Boulevardisierung nur verwässern und Ihren unternehmerischen Erfolg gefährden. Traditionelle Verlage, die im Netz immer noch stärker boulevardisieren als in ihren jeweiligen Printmedien, übersehen unseres Erachtens, dass absolute Reichweiten im Netz nicht viel wert sind. Denn Werbekunden, die mit ihren Anzeigen eine möglichst große Masse von Usern erreichen möchten, können dafür auf zahlreiche andere Webangebote zurückgreifen, die sehr viel mehr User erreichen als alle journalistischen Websites in Deutschland.

Mythos Nummer sechs von sieben: Würde es die öffentlich-rechtlichen Onlineauftritte nicht geben, hätten die kommerziell betriebenen Websites in Deutschland sehr viel bessere Chancen, profitabel zu sein bzw. zu werden. Deutschlands öffentlich-rechtliche Onlineauftritte verkaufen keine Werbeflächen. Würde es sie nicht geben, hätten wir also bestenfalls deren User auf unseren Sites, aber nicht mehr Werbeerlöse. Gelegentlich wird auch argumentiert, dass Paywalls für kommerzielle Websites gegenüber den Usern nur durchsetzbar wären, wenn es die kostenlose öffentlich-rechtliche Konkurrenz nicht gebe. Dem ist auch mit Blick auf die Erfahrungen bei Rupert Murdochs *Times* zu entgegnen, dass pauschale Paywalls für General-Interest-Medien auch ohne die Existenz öffentlich-rechtlicher Konkurrenten scheitern würden.

Mythos Nummer sieben: Mit dem wirtschaftlichen Niedergang einiger klassischer Medien drohe das Ende des Journalismus und entstehe eine substanzielle Gefahr für die Demokratie. Mir ist keine Branche be-

kannt, die vom Internet nicht zu einer grundlegenden Neuorganisation gezwungen worden wäre. Die Medienbranche hat nur den Vorteil oder letztlich den Nachteil, über ihre eigenen Reformschmerzen lautstärker klagen zu können als alle anderen Branchen.

Ja, die Zukunft des Journalismus ist ungewiss. Ja, es werden voraussichtlich viele Arbeitsplätze in der Branche verloren gehen und das ist eine soziale und politische Aufgabe. Die neu hinzugekommenen Möglichkeiten und journalistischen Arbeitsweisen, wie beispielsweise kollaborativer Journalismus, Datenjournalismus und die sorgfältige Nutzung von Social-Media-Quellen geben aber auch Grund zu der Hoffnung, dass wir gerade dabei sind, die Geburt einer neuen, anderen Art von Journalismus zu erleben, die stellenweise durchaus zu mehr Transparenz führt, als es unsere bisherigen Werkzeuge und Arbeitsweisen ermöglicht haben. Soweit meine einleitenden Bemerkungen. Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.

Die Vorsitzende: Das war eine Punktlandung, fünf Minuten. Vielen Dank, Herr Blau. Jetzt hat Frau Katharina Borchert das Wort.

Katharina Borchert (Geschäftsführerin von SPIEGEL ONLINE): Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und die Einladung. Ich möchte eingangs, dann kann ich meine Worte noch kürzer halten, zunächst mal die sieben Thesen oder zerschlagenen Mythen meines Vorredners unterschreiben. Denn er hat im Grunde genommen das Allermeiste schon gesagt. Was ich mir für die Zukunft solcher Diskussionen, die wir ja schon reichlich lange führen, wünschen würde, ist, dass wir die sicherlich immer wieder notwendige und veraltete Qualitätsdebatte im Journalismus nicht mehr entlang des Trägermediums führen. Wir haben die letzten 15 Jahre viel zu viel Zeit damit vergeudet und tun es in vielen Runden und auch leider noch in viel zu vielen Verbänden und Interessenvertretungen immer noch zu diskutieren, ob Print irgendeinen inhärenten Qualitätsvorteil mit sich bringt. Das ist definitiv nicht der Fall. Qualitätsjournalismus zeichnet sich durch bestimmte Kriterien aus: Zum Beispiel die saubere Recherche, eine klare Trennung von Journalismus und Werbung oder Journalismus und Public Relation (PR). All das kann ich leisten, online genauso wie im Printbereich. Ich habe eklatante Verstöße dagegen und Beispiele in Bezug auf Texte, die man nicht als Journalismus bezeichnen kann, sowohl auf Papier, als auch im Internet, als auch im Fernsehen und ich werde sie weiter auf jedwedem Endgerät haben. Also, die Qualitätsfrage ist wirklich keine Frage des Trägermediums. Ganz im Gegenteil. Ich glaube, dass wir – und auch das sagte Wolfgang Blau ja schon – gerade erst in den Anfängen ganz neuer Formen von Qualitätsjournalismus stehen, die sich jetzt gerade erst entwickeln.

Es kommen zu den ganz klassischen weiterhin gültigen Kriterien für guten Journalismus online völlig neue hinzu. Das fängt an bei der direkten Verlinkung von Quellen, auf die ich zurückgreife, und hört noch lange nicht auf bei der Frage, wie multimediales Storytelling funktioniert, wie ich unmittelbar mit meinen Nutzern interagiere. Das sind alles zusätzliche Kriterien, mit denen wir uns auseinandersetzen müssen, die auch das Berufsbild des Journalisten deutlich verändern, die aber nicht prinzipiell einer Qualität entgegenstehen, ganz im Gegenteil. Gerade weil sich das Berufsbild des Journalisten heute so schnell verändert, sich

Journalisten permanent neuen Anforderungen ausgesetzt sehen, möchte ich an dieser Stelle schon eine Lanze für eine veränderte und deutlich verbesserte Ausbildung von jungen Journalisten brechen. Ich glaube, dass wir da viel schneller auf das reagieren müssen, was wir in der Praxis jeden Tag am Markt sehen. Auf die veränderten Anforderungen, was multimediales Handwerk angeht, was zusätzliche Fähigkeiten angeht, was auch die Belastung im Alltag angeht, die sicherlich im Onlinejournalismus häufig nochmal eine ganz andere ist als bei Tageszeitungen, Wochen- und Monatstiteln. Ich glaube, wir haben große Fortschritte gemacht in der Ausbildung in den letzten zwei bis drei Jahren, aber wir sind noch lange nicht da, wo wir sein könnten.

Es gibt immer noch zu viele Verlage, die im Onlinejournalismus kein eigenständiges Handwerk sehen, Onlinejournalisten zu einer Art „Contentschubser“ degradieren und sich zugleich bitter über die mangelnde Qualität im Onlinejournalismus und vor allem auch über die mangelnde Refinanzierbarkeit beklagen. Dazu muss ich sagen, dass man zuerst am Handwerk arbeiten muss und dann an die Refinanzierbarkeit denken kann und da haben wir leider noch viel zu viele Angebote – auch klassischer Natur – im Netz, die den Besonderheiten des Onlinejournalismus und auch den besonderen Anforderungen der Leser nicht ausreichend Rechnung tragen und damit sowohl ihr Online- als auch ihr Printprodukt schädigen. Ich gestehe ein, dass die wirtschaftlichen Bedingungen für Journalisten in den letzten zehn bis fünfzehn Jahren deutlich schwieriger geworden sind. Selbst der Abschluss einer Top-Journalistenschule garantiert heute keinen Job mehr, geschweige denn ein wirklich tolles Gehalt und einen Dienstwagen, wie das vor 15 Jahren noch der Fall war. Es ist an uns von der Verlagsseite – ich bin ja sozusagen auf die andere Seite gewechselt –, den Journalisten den Rücken frei zu halten, sie für die gute Qualitätsarbeit angemessen zu entlohnen. Denn auch das muss man einfach einmal deutlich sagen: Wir müssen ihnen den Rücken freihalten, wir müssen uns Gedanken machen über neue weitere Geschäftsmodelle. Auch da muss ich Wolfgang Blau zustimmen. *Spiegel Online* finanziert sich sehr erfolgreich werbebasiert. Das entbindet uns aber nicht, Überlegungen über weitere Erlösmöglichkeiten anzustellen. An dieser Stelle halte ich es für extrem wichtig, nicht auf die großen Player im Markt, die meist amerikanische Firmen sind, wie Google oder Facebook zu schimpfen, sondern ganz im Gegenteil sich Gedanken zu machen, wie wir alle von ihnen profitieren können, denn die meisten von uns profitieren im großen Ausmaß bereits davon.

Einen letzten Appell habe ich noch, der eher in Richtung Politik geht. Wir brauchen unbedingt mehr Verlässlichkeit beim Thema Datenschutz. Das Thema Datenschutz ist ein sehr sensibles und äußerst wichtiges Thema für beide Seiten, sowohl für die Nutzer als auch für die Verleger. Die Unsicherheit, die wir im Moment dadurch spüren, dass überhaupt nicht klar ist, ob das IVBC-Pixel, durch das wir unsere Reichweite gegenüber den Werbekunden belegen, oder eine Facebook-Einbindung für uns datenschutzkonform sind, gefährdet unser aktuell erfolgreichstes Erlösmodell für Onlinejournalismus und das darf so einfach nicht sein. Aus Verlagsicht ist einfach nicht nachvollziehbar, warum eine IP-Adresse auf einmal ein personenbezogenes Merkmal sein soll. Herzlichen Dank.

Die Vorsitzende: Dann hat jetzt Frau Kaiser das Wort.

Ulrike Kaiser (stellvertretende Vorsitzende Deutscher Journalisten-Verband, Initiative Qualität im Journalismus): Sehr geehrte Frau Vorsitzende, meine Damen und Herren. Ich habe mir erlaubt, auf die vorab zugeleiteten Leitfragen kurz schriftlich zu antworten und will deshalb hier mündlich nur noch einzelne Schwerpunkte setzen.

Nach meiner Ansicht ist die Zukunft einzelner Mediengattungen nur noch mit wirklich überzeugender Qualität zu gestalten. Qualitätsjournalismus ist Teil der Existenzsicherung und ein sehr gewichtiges Argument, wenn wir über den gesellschaftlichen Wert von Journalismus diskutieren. Noch gibt es Qualitätsjournalismus in allen Bereichen und in allen Medien, selbstverständlich auch im Internet.

Ich stimme Ihnen völlig zu, Frau Borchert, dass man das nicht kategorisieren sollte. Qualitätsjournalismus wird durch das Internet nicht gefährdet, sondern er stellt für mich eher eine Chance als eine Gefahr dar und ist keinesfalls als Ursache für krisenhafte Entwicklungen der herkömmlichen Medien anzusehen. Strukturelle Ansätze einer Medienkrise, die insbesondere die Presse betrifft, waren bereits ersichtlich als vom Internet noch keine Rede war. Symptomatisch dafür ist und war vor allem der schleichende Leserrückgang. Hinzukommende Werbeeinbrüche und die Entwicklung des Internets hin zu einem beliebten Kommunikations- und Informationszentrum vor allem für junge Leute, führten zu äußerst hektischen und nicht immer langfristig tragfähigen Umstrukturierungen und Experimenten in vielen Verlagshäusern und in anderen Medienunternehmen. Umstrukturierungen waren fast immer verbunden mit zum Teil drastischen Einsparungen auch in den Redaktionen, während Experimente Investitionen in die digitalen Medien mit sich brachten. Sowohl Einsparungen als auch Experimente haben die Bedingungen für Qualitätsjournalismus gerade auch in den herkömmlichen Medien nicht gerade erleichtert.

Qualität hat mindestens drei Voraussetzungen. Erstens müssen Journalisten professionelle handwerkliche, ethische und rechtliche Standards erlernen. Sie müssen zweitens diese Standards in der Praxis umsetzen und drittens diese auch umsetzen können. Erlernen deutet auf Ausbildung hin, Umsetzen auf die Beherrschung des Handwerks und Umsetzen Können auf die politischen, rechtlichen, wirtschaftlichen und sozialen Rahmenbedingungen, die den Qualitätsjournalismus fördern oder auch behindern können.

Auf die Journalistenausbildung möchte ich etwas näher eingehen. Die Journalistenausbildung ist nach wie vor geprägt von einer großen Nachfrage und einem fast unüberschaubaren Angebot an Ausbildungswegen in der Praxis, in Schulen, Akademien und an den Hochschulen. Das zweijährige Volontariat in den Medien ist und bleibt auf lange Zeit der Hauptzugangsweg. Dieser besteht inzwischen zum größten Teil aus praktischer Redaktionsarbeit und setzt in der Regel einen Hochschulabschluss, jahrelange freie Mitarbeit sowie den Besuch einer Journalistenschule voraus. Die Journalistenschulen sind mittlerweile zumeist unternehmensgebundene, beispielsweise der Verlagshäuser Gruner & Jahr, Springer, Bauer, Burda, WAZ und RTL. Plurale Trägerschaften nach dem Vorbild der Deutschen Journalistenschule in München sind inzwischen die Ausnahme. Die hochschulgebundene Journalistenausbildung macht uns derzeit große Sorgen. Im Zuge des Bologna-Prozesses wurden bewährte, grundlegende Studiengänge mit integriertem Praxisanteil abgebaut zugunsten von Bachelor- und

Masterstudiengängen, die kaum mehr die Breite des bisherigen Angebots gewährleisten können. Dagegen nehmen kostenpflichtige Angebote an privaten Hochschulen zu. Viele Studienangebote füllen Nischen in Spezialgebieten, manche überschreiten die Grenze inzwischen schon in der Ausbildung zur PR und zur Medienwirtschaft. Generell halten wir in der Ausbildung mehr Kooperation und mehr Koordination sowohl der Institute untereinander als auch mit der Praxis für erforderlich.

Als zweite Voraussetzung für Qualitätsjournalismus hatte ich die Umsetzung von Standards in die Praxis erwähnt. Gestatten Sie, dass ich diese Voraussetzung unmittelbar mit Voraussetzung Nummer drei verbinde, den Rahmenbedingungen für diese Umsetzung. In dieser Hinsicht hat es der Journalismus, und das ist, glaube ich, auch der Grund, warum wir alle hier heute zusammensitzen, zurzeit alles andere als leicht. Das Mediensystem verändert sich rasant. Die Strukturen geraten aus den Fugen und die journalistische Arbeit wird nicht nur multimedial und multifunktional, sondern dadurch auch wesentlich anspruchsvoller. Und dies in einem Umfeld, in dem Journalismus sukzessive entwertet wird.

Ich möchte dafür einige Krisensymptome nennen. Das Publikum wendet sich ab und will für professionelle Information nicht mehr ohne Weiteres bezahlen. Im Internet gibt es ja auch ansonsten vieles kostenfrei. Sogenannte Bürgerjournalisten und Leserreporter scheinen Journalisten ersetzbar zu machen. Die Einsparungen in den Medienunternehmen führen zum Absenken sozialer Standards und zu sinkenden Honorarets. Die Verdichtung der Arbeit in den Redaktionen produziert Routinehandeln, führt zu Schnellschüssen und auch zu einer gewissen Fehlerhäufigkeit. Die Medienkonkurrenz fördert den Trend zur Unterhaltung, zur Boulevardisierung und auch zur Sensationsberichterstattung. Darüber hinaus führt die wachsende Abhängigkeit von der Werbewirtschaft zur Vermischung von Werbung und Redaktion und zur Zurückhaltung bei kritischer Berichterstattung beispielsweise aus der Arbeitswelt. Die PR gewinnt generell nicht nur in den Redaktionen, sondern generell beim Nachwuchs an Boden. Der Trend geht in Richtung Ausbau der PR, während im Journalismus tendenziell abgebaut wird. Die Glaubwürdigkeit der Medien ist noch durchweg hoch, aber sie sinkt von Umfrage zu Umfrage. Und das ist für uns ein erhebliches Alarmzeichen. Ich weiß aus vielen Gesprächen mit Journalisten, die ihren Beruf wirklich lieben oder zumindest geliebt haben, dass sie selbst über solche Entwicklungen alles andere als glücklich sind. Da wir auch künftig Qualitätsjournalismus wollen, müssen wir Fehlentwicklungen bekämpfen und die Qualitätssicherung fördern. Das geht beispielsweise durch Investitionen, durch Best-Practice-Beispiele, durch Chartas, durch Leitlinien und Selbstkontrolle, durch Ombudsleute und den kollegialen Diskurs über journalistisches Handeln.

Wir müssen den Medienbereich transparenter gestalten und das Publikum mehr in unsere Arbeit einbeziehen. Dabei sollten wir deutlich vermitteln, dass Journalismus der Allgemeinheit dient und ihm dafür besondere Rechte und besondere Pflichten eingeräumt werden. Journalismus ist eine öffentliche Aufgabe, die in einer arbeitsteiligen Gesellschaft berufsmäßig ausgeübt wird. Journalisten wollen und müssen dafür bezahlt werden und davon leben können. Das unterscheidet sie im Wesentlichen von anderen Kommunikatoren beispielsweise im Internet, die fraglos als Blogger, als Twitterer oder Teilnehmer an sozialen Netzwerken ebenfalls Informationen vermitteln, aber eben in einer anderen Qualität. Wir

müssen uns deshalb grundsätzlich fragen, was uns dieser professionelle Journalismus noch wert ist und was er uns wert sein muss, um unabhängige und verlässliche Informationen, Meinungsbildung und Partizipation zu fördern und gegen eine wachsende Wissensluft anzukämpfen. Journalismus kann und sollte viel in Eigenregie durch Selbstkontrolle und durch Initiativen wie zum Beispiel die Initiative „Qualität im Journalismus“ diskutieren und regeln. Aber für diesen gesellschaftlichen Diskurs über Qualität und den Wert journalistischer Arbeit und über den Wert der Medien generell brauchen wir Unterstützung, ausnahmsweise auch aus der Politik. Deshalb danke ich für diese Gesprächsrunde und danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.

Die Vorsitzende: Vielen Dank, Frau Kaiser. Jetzt hat Herr Leyendecker das Wort.

Hans Leyendecker (Zweiter Vorsitzender netzwerk recherche e.V.): Wie Sie sehen, bin ich schon etwas älter und auch schon eine Weile im Geschäft, länger als 15 Jahre bereits, und ich habe in dieser Zeit keinen Dienstwagen gehabt, aber ich habe diese Zeit trotzdem überstanden.

Wenn wir uns der Frage nähern, was Qualitätsjournalismus in Zukunft sein wird, können wir vielleicht kurz auf das blicken, was in diesen Tagen passiert. Wir haben heute erlebt, dass jemand sagt, es gebe nichts Größeres als das ehrliche, rückhaltlose Eingestehen von Fehlern. Und bis er zu diesem Satz kam, gab es eine Zusammenarbeit von Printmedien und dem Internet. Vorigen Mittwoch erschien ein Bericht in der *Süddeutschen Zeitung* darüber, dass Karl-Theodor zu Guttenberg möglicherweise bei seiner Doktorarbeit das eine oder andere Hilfsmittel hatte oder nicht richtig zitiert habe. Das waren erst wenige Punkte. Und dann begann etwas sehr Interessantes, das – wie ich glaube – auch zum Modell für die Zukunft werden kann: Eine Netzgemeinde tat sich zusammen und sagte, dass das öffentlich zugängliche Quellen seien und man sich diese genauer ansehen würde. Ich bin bei der *Süddeutschen Zeitung*, wie Sie wissen, und als Zeitung befinden wir uns normalerweise in einer Art Wettlauf. Man kann sich darüber streiten, ob das richtig ist oder nicht, aber wir befinden uns in der Tat in einem Wettlauf. Wir als Zeitung lagen vorn und die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ) lag auch gut. Nichtsdestotrotz habe ich gedacht, dass uns am Ende dieses Wettlaufs *Der Spiegel* sagen wird, wie alles wirklich ist, wie viele Stellen genau falsch zitiert worden sind. Und dann hat *Der Spiegel* eine Geschichte veröffentlicht, in der stand, dass die *Spiegel*-Dokumentation bis zum Freitagabend 85 Fundstellen festgestellt habe, im Internet aber schon so und so viele Fundstellen benannt wären. Das bedeutet: Selbst diejenigen, die eigentlich die besten Möglichkeiten haben, können nicht mithalten, was die Internetgemeinde bei einem Thema wie diesem leisten kann.

Ein Beispiel für diese Veränderung ist folgendes: Der *Guardian* bekam 400.000 Dokumente, in denen es um Abgeordnete ging, die ganz anders sind als Sie, denn diese Abgeordneten haben unlautere Sachen gemacht. Und der *Guardian* sagte, das man mit diesen 400.000 Dokumenten überfordert sei und hat diejenigen Leser, die von den jeweiligen Bereichen etwas verstünden, dazu aufgerufen, zu helfen. Diesem Aufruf sind 23.000 Leser gefolgt und am Ende standen im *Guardian* die weitaus besseren Geschichten als im *Daily Telegraph*. Und der hatte die Dokumente teuer eingekauft im Gegensatz zum *Guardian*, der nichts dafür bezahlt hatte. Sieht man sich die Zeitungslandschaft an, dann wird man feststellen, dass

der *Guardian* vorrangig eine Onlinezeitung ist. Die Zeitung setzt sehr stark auf das Internet, die Online-Berichterstattung kommt für den Guardian immer zuerst, „online first“ ist deren Devise. So weit ist in Deutschland niemand.

Was ich damit sagen will, ist Folgendes: Wir haben eine sehr wirre, irre Diskussion um WikiLeaks gehabt. Es gab Stimmen, die angesichts dieser Diskussion von einer Revolution des Journalismus sprachen. Und alle, die das nicht könnten, seien Sesselfurzer. Nachdem einige Monate vergangen sind, stellt sich die Situation heute ganz anders dar. Das öffentliche Augenmerk richtet sich beispielsweise nicht mehr nur auf pikante Details aus dem Privatleben von WikiLeaks-Gründer Julian Assange und intime Enthüllungen über dessen angebliche mangelnde Hygiene. Man fragt stattdessen nun auch, was die Berichterstattung der Medien an relevanten Fragestellungen aufgeworfen hat, die für eine gesellschaftliche Diskussion und für einen gesellschaftlichen Diskurs stehen. Das ist die zentrale Frage. Bleibt irgendetwas? Nehmen wir beispielsweise den Bericht über die US-Außenministerin Hillary Clinton, die US-Diplomaten angewiesen haben soll, Führungskräfte der UN auszuspionieren. Oder etwa die WikiLeaks-Veröffentlichung, laut welcher die USA das in Spanien geplante Urheberrechtsgesetz geschrieben haben sollen. Ein weiteres Beispiel wären die zahlreichen WikiLeaks-Depeschen über die Machthaber in der arabischen Welt. All das sind interessante Enthüllungen. Aber wie schwerwiegend und gehaltvoll sind diese Informationen wirklich? Zeigen sie nicht, dass die amerikanische Diplomatie besser funktioniert, als wir gedacht haben? Die Diskussionen rund um die WikiLeaks-Depeschen sind ja geradezu aus dem Ruder gelaufen. Journalisten wie beispielsweise Henryk M. Broder – wir müssen ihn nicht unbedingt ernst nehmen – haben Leute zu Sesselfurzern erklärt, die sozusagen herkömmlich arbeiten. In genau diesem Bereich wird sich entscheiden, wie es in Zukunft bei den Großen der Zunft weitergehen wird. Wird es uns gelingen, originär zu sein? Das, was wir im Zusammenhang mit den Plagiatsvorwürfen gegen Gutenbergs Doktorarbeit geleistet haben – dass man sortiert, dass man bewertet, dass man einordnet – das ist eigentlich unsere Stärke. Dass man den interessanten Heribert Prantl hat, dass man die gute Reportage hat, dass man Stücke hat, die man anderswo so nicht findet. Und daneben muss man dem Leser die Verlinkung mit dem Internet anbieten und die Originaldokumente liefern. Die Leute müssen in der Lage sein, sich zu orientieren und beurteilen zu können, ob das eigentlich richtig ist, was diese Menschen machen. Ich habe das erlebt bei meinen fünf Kindern. Ich war bei WikiLeaks am Anfang strikt dagegen, bin dann aber auf einen ganz neuen Kurs umgeschwenkt. Für meine Kinder war das eine Frage der Pressefreiheit. Und das, was mit Assange passiert ist, das war für meine Kinder ein Anschlag auf die Pressefreiheit. Ich habe das zunächst für abwegig gehalten, habe dann aber gelernt, dass die jüngere Generation das so sieht. Und das muss man akzeptieren, denn wenn man sie nicht ernst nimmt, verliert man sie.

Ein wichtiger Part wird sein, dass es uns gelingt, im Onlinebereich sehr viel stärker zu sein. Damit meine ich, Beiträge auch mal zuerst im Onlinebereich zu veröffentlichen oder möglicherweise auch eine Online-Version der gedruckten Zeitung ins Internet zu stellen. Diese muss dann aber weiterführende Angebote enthalten, wo die Leute sich dann vertieft über ein Thema informieren können. Dieser Bereich wird sicherlich für einen zukunftsfähigen Journalismus sehr wichtig werden. Es gibt hierbei eine interes-

sante Entwicklung, vielleicht haben Sie davon gelesen. Im kalifornischen Pasadena gab es einen sparsamen Verleger, der, weil die Sitzung des Stadtrats im Internet übertragen wurde, einen Mitarbeiter in Indien um die Mitschrift gebeten hat – das war die kostengünstigste Möglichkeit. Dieser Mitarbeiter hat also aus Indien darüber berichtet, was im Stadtrat von Pasadena geschah. Das war deutlich günstiger als ein Journalist vor Ort. Auch im Baseball hat es einmal einen sehr interessanten Versuch gegeben. Baseball ist ein Spiel mit sehr vielen Statistiken. Da ist jemand auf die Idee gekommen, ein Programm zu konzipieren, welches die Statistiken zu einem Bericht verarbeitet und hat die entsprechenden Daten in den Computer eingegeben. Die Leser sollten dann versuchen zu unterscheiden, welcher der gezeigten Spielberichte aus der Feder eines Journalisten stammte und welcher Bericht von einem Computer generiert wurde. Diese Differenzierung ist den Leuten nicht gelungen. Also muss ich etwas finden, was über das bloße Aneinanderreihen von Daten hinausgeht. Ich muss Dinge anders schreiben, anders strukturieren.

Wie ist die momentane Lage? Ich bin in einer privilegierten Situation, Sie haben eben schon einen kurzen Anriss meines Lebenslaufs gehört: Ich habe fast 20 Jahre beim *Spiegel* gearbeitet und bin seit 1997 bei der *Süddeutschen Zeitung*. Wenn ich mir die Lage von vielen Kollegen im Lande ansehe, sieht deren Situation oft ganz anders aus: Sie erleben Outsourcing, Kosteneinsparungen und müssen mancherorts zwei Zeitungsseiten an einem Tag füllen. Und dann komme ich daher mit Erklärungen und der Forderung nach mehr investigativer Arbeit. Man sieht mich an und ist völlig genervt. Und das völlig zu recht. Wir haben im Journalismus mittlerweile ein unglaubliches Gefälle. Das liegt auch ein Stückchen daran, dass es früher Verleger gab, die eine Zeitung liebten, wie man ein lebendiges Wesen liebt. Heute haben wir vielerorts Flanellmännchen, Leute, die ausschließlich auf ökonomischen Erfolg aus sind, koste es, was es wolle. Da werden Journalisten entlassen und Korrespondenten eingespart. Mein Freund Heribert Prantl hat das einmal so umschrieben: Man spart, bis die Leser gehen. Das ist, glaube ich, richtig dargestellt. Die ökonomische Lage vieler Häuser ist nicht gut, ist nicht rosig. Es gibt aber auch andere Entwicklungen und dem aktuellen Trend gegenläufige Auflagenentwicklungen. Man muss sich einmal anschauen, warum das so ist. Nehmen wir zum Beispiel die Wochenzeitung *Die Zeit*. Seit 43 Jahren bin ich Abonnent der *Zeit*. Nach so einer langen Zeit als Abonnent verfolgt man die Entwicklungen beim Blatt genau und ich habe so viele Autoren kennen gelernt. Der Wochenzeitung ging es ökonomisch noch nie so gut wie unter dem jetzigen Chefredakteur Giovanni di Lorenzo. Das bedeutet, dass *Die Zeit* heute etwas bietet, was früher nicht geboten wurde. Die erste Seite des Blattes erschlug einen früher geradezu. Tolle Kollegen wie Theo Sommer und andere haben Dinge geschrieben, die man so genau gar nicht wissen wollte. Heute erfährt der *Zeit*-Leser anders aufgearbeitete Dinge, die wesentlich sind. Ich glaube, erfolgreicher Journalismus entwickelt sich in genau diese Richtung weiter. In Zukunft müssen wir dazu in der Lage sein, sehr viel klüger zu sortieren, zu recherchieren und das Wichtige vom Unwichtigen zu trennen. Wenn Medien das leisten, dann haben sie auch ihre Chance. Ich danke Ihnen.

Die Vorsitzende: Vielen Dank, Herr Leyendecker. Herr Professor Lilienthal, bitte.

Prof. Dr. Volker Lilienthal (Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft, Universität

Hamburg): Vielen Dank, Frau Vorsitzende. Sehr geehrte Damen und Herren Abgeordnete. Sie haben uns ja eine Menge von sehr ernst zu nehmenden Fragen aufgeschrieben, die man unmöglich in fünf Minuten beantworten kann. Deshalb nehme ich mir die Freiheit, einige wenige herauszugreifen. Zunächst die Frage: „Konstituieren Blogs eine neue Form journalistischer Öffentlichkeit und wird eigentlich die Aufklärungsfunktion der Presse dadurch gebrochen?“ Manche Apologeten der digitalen Demokratie sind der Auffassung, dass professionelle Medien, deren Finanzierungsbasis ohnehin wegbreche, überflüssig würden, je mehr der Bürger sich selbst auf dem Marktplatz des Internets artikulieren könne und dort die Meinungen austausche. In der Tat ist es ja so, dass mit Phänomenen wie Twitter und dem Bloggen ganz normale Leute, sogenannte Laien, selbst zu Publizisten werden, die sich da mit einer technischen Reichweite äußern, die ja global zu nennen ist. Das ist zweifelsohne eine neue Qualität in unserer Demokratie. Und diese neue Entwicklung, dass sich also der Bürger direkt äußern kann, dass er nicht mehr die Vermittlung über Medien oder auch über Parteien, über Politiker braucht, hat unter anderem auch uns Journalisten in eine Identitätskrise gestürzt. Es ist fraglich, ob man uns da überhaupt noch braucht. Sie als Abgeordnete erleben das ja auch, dass der Wahlbürger sich via Internet sehr viel stärker äußern kann als früher. Er kann also via Internet einen viel stärkeren Legitimationsdruck auch auf Ihr politisches Handeln ausüben.

In der Tat glaube ich, dass dieser partizipative Mediengebrauch, der Dank Internet möglich ist, einen Zuwachs an Demokratie bedeutet. Sie alle kennen die Sentenz des großen Liberalen Paul Sethe: „Pressefreiheit ist die Freiheit von 200 reichen Leuten, ihre Meinung zu sagen.“ Diese Sentenz gilt eben nicht mehr, weil heutzutage schon ein Multimediapersonalcomputer unter 500 Euro Anschaffungspreis plus Internetanschluss genügt, um das Internet zu einer Druckmaschine zu machen. Der Bürger kann sich über das Internet äußern, er wird Meinungsbildner sozusagen aus dem Homeoffice heraus. Das ist ein Mehr, eine Bereicherung, aber ich glaube eben nicht, dass deshalb professioneller Journalismus überflüssig wird. Erster Grund: Wer ordnet das Unwichtige vom Wichtigen? Der FAZ-Herausgeber Werner D'Inka hat dafür einmal ein schönes Bild gefunden: „Stellen wir uns vor, nach der sogenannten digitalen Revolution gebe es keinen traditionellen Journalismus mehr, stattdessen redet jeder mit jedem über alles. Und, weil das angeblich alles so authentisch ist,“ so D'Inka, „kann auch jeder jede Form der Kompetenz für sich und für seine Liebhabereien beanspruchen. Niemand sortiert mehr mit Sinn und Verstand und nach handwerklichen Kriterien die Themen nach ihrer Relevanz.“ D'Inka schließt, dass ihm das so vorkomme, als würden wir, statt zum Friseur zu gehen, uns alle gegenseitig die Haare schneiden. „Das kann ja ganz sympathisch sein. Aber würden wir uns auch von einem Bürgerchirurgen den Blinddarm entfernen lassen?“ Natürlich nicht. Also braucht es Journalisten, die aus einer gewachsenen Kompetenz heraus Relevanzprüfungen vornehmen und darüber berichten und das wirklich Relevante, das für die Gesellschaft Wichtige nach oben heben.

Ein Trugschluss ist die These von der Überflüssigkeit von Journalisten auch deshalb, weil eben den allermeisten Bloggern das universale Interesse an der Welt fehlt, das den Journalisten eigen ist. Blogger schreiben über ihre Liebhaberei, über ein ganz persönliches, wissenschaftliches oder politisches Anliegen. Aber der Journalist muss natürlich das Große und Ganze im Auge behalten. Letztlich ist die These

von der Entbehrlichkeit der Journalisten und dass der Blogger an seine Stelle treten könne auch deshalb ein Trugschluss, weil der Blogger, genauso wie viele Journalisten und viele Medien heute, ein Aufmerksamkeitsproblem hat, denn der gutgemachte Blog, der lesenswerte Blog, davon gibt es ganz viele, der muss erst einmal aufgefunden werden in der Weite des Internets, er muss für sich selbst im Grunde genommen Aufmerksamkeit organisieren, sonst ist eigentlich die Wirksamkeit gleich Null.

Abschließend möchte ich noch ganz kurz etwas sagen zur Frage „Welche Rolle spielt das Verhältnis von Verlag und Redaktion für die Qualität bzw. für den Qualitätsjournalismus?“ Die Frage kann man variieren in Intendanz, Medienunternehmen und Redaktion. Medienunternehmer, Verlage, aber auch Intendanten beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk müssen einen Möglichkeitsraum schaffen, damit Journalisten gute Arbeit leisten können, das, was wir alle Qualitätsjournalismus nennen. Die Vorsitzende hat darauf hingewiesen, dass ich die Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur für die Praxis des Qualitätsjournalismus bekleide und dennoch muss ich Ihnen jetzt sagen, dass ich das für ein Modewort halte. Ich warne Sie vor diesem Begriff, denn Qualitätsjournalismus ist ein ideologischer Tarnbegriff, der vielerorts eingesetzt wird, um reale Abbauprozesse in den Redaktionen zu kaschieren. Es wird so getan, als sei Qualitätsjournalismus etwas, was naturgesetzlich gegeben sei, was immer wieder möglich sei, wenn sich nur alle genug anstrengen. Auch die wenigen Journalisten, die in den Redaktionen verblieben sind. Und so geht es natürlich nicht. Und damit schließe ich jetzt. Qualitätsjournalismus ist im Grunde genommen auch ein Pleonasmus, ein weißer Schimmel. Denn erwartet nicht der Bürger völlig legitimerweise von jeglicher Art von Journalismus, dass er qualitativ sei? So viel vielleicht, vielen Dank.

Die Vorsitzende: Vielen Dank, Herr Professor Lilienthal. Dann hat Herr Spielkamp das Wort.

Matthias Spielkamp (Projektleiter iRights.info): Vielen Dank, Frau Vorsitzende, auch für die Einladung. Nachdem Herr Lilienthal soeben gerade den Begriff des Qualitätsjournalismus als solchen kritisiert hat, weiß ich fast gar nichts mehr zu sagen, was meine Vorredner nicht schon gesagt hätten. Gleichwohl werde ich versuchen, die Punkte aufzugreifen, die noch geblieben sind.

Die wirtschaftliche Situation des Journalismus zum Beispiel scheint mir einer der ganz wichtigen Punkte zu sein, die uns umtreiben, und ich bin überrascht, wie wenig bisher die Rede davon war. Man muss doch konstatieren, dass es einen revolutionären Wandel gibt in der wirtschaftlichen Situation und Struktur des Journalismus, der in verschiedenen Dingen begründet liegt: Einer davon ist die sogenannte Entbündelung und dadurch eine verstärkte Konkurrenz. Das bedeutet, dass das, was früher das Geschäftsmodell vor allem der Printmedien war – nämlich ein Bündel an Informationen anzubieten, für das der Leser einen bestimmten Preis entrichtet hat – sich jetzt nahezu aufgelöst hat. Die Leser könnten auch ohne dieses Bündel auskommen, wenn sie über die Medienkompetenz verfügten, um sich dieses Bündel selber zusammenzustellen – darauf komme ich gleich nochmal zurück. Das heißt, vor allem die Regionalzeitung etwa, die eine Sportberichterstattung macht – sagen wir über die Bundesliga – steht natürlich jetzt in Konkurrenz zu Online-Angeboten, die diese Berichterstattung unter Umständen sogar besser machen. Ob die Regionalzeitung dem wirklich ausgeliefert ist und nicht stattdessen regional besser berichten

könnte, ist natürlich eine berechtigte Frage, die man stellen kann. Die gewandelte wirtschaftliche Situation liegt weiterhin an der unendlichen Zahl von Werbeplätzen, die jetzt vorhanden sind. Man könnte argumentieren, dass die Situation der traditionellen Massenmedien eine Sondersituation war, die ohnehin nur darauf gewartet hat, abgelöst zu werden und heute einfach nicht anhält. Sie wird von einer Situation abgelöst, in der Werbetreibende nicht mehr auf eine bestimmte Zahl von Publikationen und begrenzte Werbeplätze angewiesen sind und dadurch auch die Preise in einem gewissen Maße beeinflussen können. Es ist schon angesprochen worden, dass mit Tools wie Google AdWords und Google AdSense, je nachdem, von wo aus man das betrachtet, als Anbieter oder als Nutzer, sehr zielgerichtet geworben werden und Werbung abgerufen werden kann. Das bedeutet für mich als Nutzer, dass ich, wenn ich tatsächlich Interesse habe an Information, die in Werbung enthalten ist, nicht mehr darauf angewiesen bin, mir irgendeine Zeitungsseite anzuschauen, sondern ich suche eben nach bestimmten Suchbegriffen und die dazu passende Werbung wird mir dann angezeigt.

Was ebenfalls schon angesprochen wurde und viel mit wirtschaftlichem und strukturellem Wandel zu tun hat, ist der Umstand, dass die klassischen Massenmedien das Informationsmonopol verloren haben. Das ist eine Tatsache. Man kann sich jetzt darüber streiten, wie es weitergehen kann. Ob zum Beispiel die traditionellen Massenmedien in der Lage sein werden, ihre Autorität zu behalten, weiterhin Leuchttürme im Meer der Informationen zu sein und genau das zu tun, was Journalismus eigentlich auch schon immer getan hat – nicht ausschließlich, aber auch schon immer –, nämlich Informationen zu sortieren und den Lesern entsprechend aufbereitet anzubieten. Tatsächlich muss man konstatieren, ich zitiere an dieser Stelle einmal Kathrin Passig, die einen sehr schönen Beitrag u.a. über Social Media und Twitter geschrieben hat – Twitter, einem Medium, das unter Journalisten immer noch sehr spöttisch gesehen wird –, in dem sie ausführte: Wer bei Twitter dummes Zeug lese, habe es sich einfach nicht anders ausgesucht. So verhält es sich mit dem Internet natürlich insgesamt: Wer schlechte Blogs, Unsinn in Blogs liest, wer das liest, was jemand als die „Klowände“ des Internets bezeichnet hat, wer das liest, hat es nicht besser verdient, denn er hat es sich so ausgesucht. Wir verfügen über die Filtermöglichkeiten. Wir, das sind nicht nur die Journalisten, sondern auch die Leser und User.

Gleichzeitig müssen auch die Journalisten selber diese Umwälzung mitmachen. Das Thema Ausbildung ist schon angesprochen worden. Ich bin selber in der Ausbildung tätig, schon seit sehr langer Zeit, gerade zum Thema Online-Journalismus. Ich habe den Eindruck, dass in relativ vielen Journalistenschulen – ich kenne natürlich nur einen kleinen Teil – doch sehr gut auf den Wandel des Journalismus eingegangen wird. Ich selber plädiere bei meinen Auftraggebern immer dafür – und das nimmt auch Bezug auf eine ihrer Leitfragen –, gar nicht mehr von „Online-Journalismus“ sondern von „Journalismus online“ zu sprechen. Das ist ein wichtiger Unterschied, denn es hat keinen Zweck mehr, die Abgrenzung entlang der Trägerkanäle zu definieren. Man muss aber auch sagen, dass die Möglichkeiten, die der Journalismus online bietet, weit über die Möglichkeiten anderer Medien hinausgehen.

Natürlich stellt sich die Frage nach der Qualität insgesamt. Der deutsche Medienwissenschaftler und Publizist Stephan Ruß-Mohl sagte vor geraumer Zeit, Qualität im Journalismus zu definieren sei ungefähr

so, wie einen Pudding an die Wand zu nageln. Diese Aussage von ihm ist dann immer wieder zitiert worden, weshalb es ihn heute schon etwas nervt, wenn das geschieht. Jahrelang hat er daran gearbeitet, Qualitätskriterien für den Journalismus zu definieren, aber immer, wenn jemand danach googelt, wird dieses Zitat von ihm an vorderer Stelle angezeigt. Dabei gibt es Kriterien für Qualität im Journalismus. Wenn sich aber die Definition dessen, was Journalismus überhaupt ist, vollständig verändert, zum Beispiel dadurch, dass nicht mehr nur Redaktionen das Monopol haben, etwas zu machen, was man als Journalismus bezeichnen kann, dann muss die Frage nach der Qualität auch tatsächlich neu gestellt werden. Mir geht es zum Beispiel so, dass ich mich von bestimmten Nischenmedien, dadurch, dass ich mir ein entsprechendes Bouquet zusammenstelle, wesentlich besser informiert fühle, als durch den einen Leuchtturm, der mir morgens in Papierform in den Briefkasten gesteckt wird, der aber im Grunde genommen für ein größeres Publikum gedacht ist. Nischenmedien nenne ich diese Medien, weil ich sie nicht Blogger nennen möchte, denn es sind überwiegend Onlinemagazine. Ich glaube, ein jeder von uns hat so seine Spezialfragen. Ich weiß nicht, wie Sie mit Informationsmedien umgehen, aber wenn Sie einen Internetbrowser verwenden, der es Ihnen ermöglicht, verschiedene Tabs gleichzeitig zu öffnen und Sie das nutzen, dann machen Sie sich doch mal den Spaß und schauen Sie zu einem gewissen Zeitpunkt, wie viele dieser geöffneten Tabs, die Sie da gerade in ihrem Browser haben, noch Inhalte traditioneller Massenmedien anzeigen und welche Spezialmedien sind. Ich bin da sicherlich nicht der Durchschnitt der Bevölkerung, aber ich glaube, bei mir verhält es sich so 80 zu 20 Prozent zugunsten der Spezialmedien.

Ein Wort noch zu dem Verhältnis von Public Relations zu Journalismus. Ich selbst bin freier Journalist und lege Wert darauf, keine Öffentlichkeitsarbeit, keine PR zu machen. Ich finde jedoch, die Diskussion darüber wird ziemlich unehrlich geführt. Die Auftraggeber von Public Relations subventionieren nämlich die sogenannten Qualitätsmedien quer, indem sie es zahlreichen, tausenden von freien Journalisten überhaupt erst ermöglichen, für die sogenannten Qualitätsmedien tätig zu sein. Die Honorare, die von den sogenannten Qualitätsmedien gezahlt werden – also, ich verwende den Begriff Qualitätsmedien jetzt innerlich in Anführungszeichen, wie Herr Lilienthal das auch tut – sind so gering, dass die freiberuflichen Journalisten in großer Zahl nur davon leben können, wenn sie ihre Einkünfte durch Public Relations aufbessern. Aus diesem Grund halte ich es für eine geradezu arrogante Haltung zu fordern, Journalisten sollten keine Public Relations machen. Es müsste dann auf irgendeine andere Art und Weise dafür gesorgt werden, dass sie ein gutes Auskommen haben. Dazu vielleicht in der Fragerunde mehr. Vielen Dank.

Die Vorsitzende: Vielen Dank. Herr Dr. Storz, jetzt haben sie das Wort zum Abschluss der ersten Runde.

Dr. Wolfgang Storz (Publizist): Von mir ebenfalls vielen herzlichen Dank für die Einladung. Wenn Herr Spielkamp schon vor der Situation stand, dass die Vorredner bereits alles sagten, dann tue ich es erst recht. Meine Situation hat Karl Valentin glaube ich unübertroffen beschrieben: „Es ist schon alles gesagt, aber noch nicht von jedem.“ Am Besten versuche ich auch um die Punkte herumzukommen, die bereits erwähnt worden sind. Ich habe Ihre Fragen in der Vielfalt der Aspekte so empfunden, dass Sie das Gefühl haben, dass mehr im Gang ist als eine Evolution. Mir kommt es eher so vor, es ist weniger im Gange als

eine Revolution, weil es keinen Bruch mit dem Vorhandenen gibt, aber wir sind mittendrin in einer riesigen Umwälzung, wo das Alte noch ist, das Neue auch schon, und, wie die Beispiele gezeigt haben, manchmal das Alte und Neue kooperieren, aber andererseits auch gegeneinander kämpfen. Auf jeden Fall geht es hier nicht nur um einfache konjunkturelle und strukturelle Veränderungen, sondern es gibt in der Welt der Kommunikation eine wesentliche Umwälzung. Ich will nur zwei Punkte nennen: Erstens macht es das Internet jedem Konsumenten potenziell – ich betone, potenziell – möglich, zum Produzenten zu werden. Das gab es bisher noch nie. Es kann eine ganz einfache Form der Beteiligung sein, es kann aber natürlich noch sehr viel weiter gehen. Zu meinem zweiten Punkt haben Sie ein tolles Beispiel genannt mit den achtzig Prozent Spezialmedien. Politik ist in einer Mediendemokratie in hohem Maße angewiesen auf zumindest Teile von gemeinsamer Öffentlichkeit. Wir haben jetzt eine Situation, in der es eine gigantische Fragmentierung von Öffentlichkeit gibt. Das heißt, das Gemeinsame wird immer schwerer zu erhalten sein. Das ist die Grundsituation. Gestatten Sie, dass ich Sie dafür sensibilisiere, denn ich denke, Sie machen diese Anhörung auch stellvertretend für andere und der Erhalt von Qualitätsjournalismus ist ein Thema von hohem öffentlichen Interesse. Ich denke aber, diese Anhörung hat auch egoistische Gründe, denn wenn der Qualitätsjournalismus nicht erhalten wird, ist die Grundlage Ihrer Arbeit nicht mehr vorhanden.

Deswegen möchte ich auf einige Tendenzen aufmerksam machen, die mir wichtig sind in dieser Umbruchzeit. Das bisherige Geschäftsmodell der Tageszeitungen – ich rede jetzt nicht davon, dass die *Süddeutsche* und die FAZ immer recht gut überleben werden – ist obsolet. Ob es jetzt noch fünf Jahre dahinsiecht oder zehn, ist einerlei. Das bisherige Finanzierungsmodell, das zu einem Drittel auf Abonnenterlösen basierte und zu zwei Dritteln auf Anzeigenerlösen, hat sein Ende erreicht.

Die zweite Folge, die mir wichtig erscheint, sind Umstrukturierungen, Fusionen, Restrukturierungen, Unternehmensberatungen in den Unternehmen, die wir bereits seit etwa fünfzehn Jahren – Frau Kaiser hat es angesprochen – erleben. Ich sehe das als eine Permanenz an Krise an. Diese Veränderungen zermürben viele Kollegen, die in dem Bereich arbeiten. Wenn ich die fünfte Unternehmensberatungsfirma in der Redaktion habe, der wieder etwas Neues einfällt, um die letzten Krümen aus der letzten Ecke herauszuholen, dann hat man schlicht und einfach keine Lust mehr.

Drittens sollte man, denke ich, nicht verallgemeinernd davon sprechen, dass die Medien in einer Krise sind, denn es gibt viele Medien, denen es sehr gut geht. Als Beispiel wurde *Spiegel Online* genannt, wo man Gewinn macht; *Neon* geht es blendend, *Landlust* ebenso. Es geht vielen Medien blendend. In der Krise ist die Gattung entscheidend, nämlich die Gattung des Qualitätsjournalismus, der im öffentlichen Auftrag funktioniert. Ein Journalismus, der zu bestimmten Themen Informationen, Analysen, Hintergründe, Orientierungen liefert, die mit öffentlichen Belangen zu tun haben, und der diese im Zweifel auch weiterverfolgt, hat wenig Chancen, weil er damit keine Aufmerksamkeit erregt. Nehmen Sie doch nur einmal den hundertsten Anschlag in Nahost – jetzt haben sich die Schwerpunkte etwas verändert –, darüber haben Qualitätsmedien an und für sich immer berichtet, aber man kann, glaube ich, sicher sein, dafür hat sich am Schluss weiß Gott keiner mehr interessiert, weil einfach kein Neuigkeitswert mehr darin

gesehen wurde. Medien, die dies dennoch tun, sind in der Krise.

Der vierte Punkt: Ich denke, man kann sagen, dass es viele Indizien gibt, dass die Gattungen verschwinden. Einzelne Punkte sind ja schon angesprochen worden: Information und deren Überprüfbarkeit, der Einfluss von Public Relations, die freien Kollegen, die im Bereich Public Relations arbeiten, usw. Ich halte es für treffend, wenn Sie sagen, das ist eine Querfinanzierung, aber ich transportiere damit auch ganz unterschiedliche Kriterien in meinem Kopf für meine Arbeit, wenn ich Public Relation mache. In der Tat sind viele Freie dazu gezwungen. Man agiert als freier Mitarbeiter für ein Unternehmen nach ganz anderen Kriterien als als Festangestellter. Wenn ich am Donnerstag das eine mache, kann ich dann am Freitag zu einer anderen Zeitung gehen und dort wieder nach ganz anderen Kriterien arbeiten? Das heißt, Gattungen, Produkte verschwimmen. Was ist Unterhaltung, was ist PR, was ist nachvollziehbarer Qualitätsjournalismus? Immer mehr Kolleginnen und Kollegen wandern zwischen diesen Kommunikationswelten und vermischen auch die Kriterien. Dieser Alltag macht es besonders schwierig, Qualitätsjournalismus zu schützen und zu erhalten.

Gestatten Sie mir zum Schluss zwei, drei Bemerkungen die mir noch am Herzen liegen. Der erste Punkt: Wenn Sie weiter über dieses Thema diskutieren, hielte ich eine Präzisierung für sinnvoll. Die Frage könnte lauten: „Wie kann man Qualitätsjournalismus, der im öffentlichen Auftrag arbeitet, so unterstützen oder stützen, dass seine Unabhängigkeit erhalten und nicht vermindert wird?“ Es gibt ja diesen Generalverdacht, wenn sich Politik einmische, gehe es nur um Abhängigkeiten. Das kann in keiner Weise in Ihrem Interesse sein. Wenn Sie in die Bahnhofskioske gehen und die Magazine dort sehen, das ist alles auch Qualitätsjournalismus. Das Kundenmagazin von BMW und Daimler ist höchste Qualität. Ich meine an Texten, an Fotos etc. Darum kann es nicht gehen, es geht vielmehr um Qualitätsjournalismus im öffentlichen Auftrag. Mir liegt auch sehr am Herzen, Qualitätsjournalismus unabhängig vom Vertriebsweg zu sehen. Ob das online ist, ob das Filme sind, SMS oder Print, es ist völlig einerlei, es geht um Qualitätsjournalismus. Der hat dann möglicherweise unterschiedliche Kriterien, aber es muss immer darum gehen, ihn in allen Formen zu stützen. Deshalb bin ich auch sehr dafür, dass man die soziale Frage in Bezug auf Entlassungen, die es gibt, und die mediale Frage trennt. Es kann nicht die Aufgabe sein zu sagen: „Wir erhalten einfach eine Zeitung, weil es um Arbeitsplätze geht.“ Ich denke, diese beiden Fragen müssen entkoppelt werden.

Als letzten Punkt möchte ich eine Studie ansprechen, die ich gemeinsam mit meinem Kollegen Hans-Jürgen Arlt erstellt habe. Wir befassten uns eingehend mit der Berichterstattung von überregionalen Qualitätsmedien über die Finanzmarktkrise. Auch bei diesen Medien, die in einem hohen Prozentsatz exzellente Arbeit machen, gibt es Defizite. Es bedarf auch der öffentlichen Beobachtung und der öffentlichen Kritik, um diese Medien immer wieder anzuhalten, ihr Niveau zu wahren. Die Qualitätsmedien, die wir untersucht haben, zum Beispiel die FAZ, die *Süddeutsche Zeitung*, das *Handelsblatt*, die *Financial Times Deutschland*, alle haben bis 2008 im Prinzip nahezu sämtliche Veränderungen, die es im Finanzsektor und Bankwesen gab, verschlafen. Verzeihung, Herr Leyendecker, wenn ich das so hart formuliere. 2008 ist die Berichterstattung dieser Zeitungen geradezu ins Gute explodiert und wurde ver-

sucht, die vorherige Berichterstattung so gut wie möglich zu korrigieren. Ich will das gar nicht bewerten, aber die Veränderung, dass aus einem normalen Bankensystem eine Art Finanzindustrie gemacht worden war, hatte in den Qualitätsmedien nicht stattgefunden. Als weiteren Aspekt haben wir ausführlich die Berichterstattung in der Hauptnachrichtensendung der ARD, der Tagesschau, untersucht. Ist diese Berichterstattung für ein Massenpublikum – es gucken ja immerhin acht bis zehn Millionen Menschen zu – überhaupt verständlich? Wenn Sie Interesse haben, können Sie die Studie gerne nachlesen. Wir haben die Untersuchungsmethoden auch offengelegt. Das Ergebnis, mit Verlaub, halten wir für erschreckend. Die Berichterstattung ist de facto nicht verständlich. Ein ganz wichtiger Punkt, wo auch Sie helfen können, ist, dass Qualitätsjournalismus Informationen überhaupt erst verständlich macht und so transportiert, das auch ein breites Publikum versteht, um was es dabei geht. Dankeschön.

Die Vorsitzende: Vielen Dank Herr Dr. Storz. Sie haben gemerkt, wir haben Ihnen eine paar Minuten mehr gegeben, weil das, was Sie uns zu erzählen hatten, sehr spannend war. Das führt nun dazu, dass sich jetzt meine Kolleginnen und Kollegen mit ihren Fragen etwas kürzer fassen müssen, damit wir die nächsten 40 Minuten noch in ein gutes Gespräch kommen. Als Erster hat Herr Kollege Wolfgang Börnsen von der CDU/CSU-Fraktion das Wort.

Abg. Wolfgang Börnsen (Bönstrup, CDU/CSU): Das war spannend, hilfreich und ich habe mich auch in manchen Vorstellungen schon korrigieren müssen. Dazu bin ich gern bereit. Journalisten, Sie alle, haben dazu beigetragen und tragen dazu bei, dass wir seit sechs Jahrzehnten eine funktionierende Demokratie haben. Und Sie alle, die Sie dort sitzen, gehören zu denen, die auch mutig sind, die immer mit ihrem Namen zu den Artikeln oder den Äußerungen stehen, die sie geschrieben oder veröffentlicht haben. So stelle ich mir auch kollegialen Journalismus vor – nicht anonym, sondern dass ich zu dem stehe, was ich recherchiere. Dieser Mut gehört, wie ich finde, zu einem guten Journalisten dazu. Die Union hat dieses Thema ja aus der Tiefe geholt und sich damit gleich die Finger verbrannt. Meine Kollegen von den Sozialdemokraten haben uns heute nochmal gerüffelt bei der Frage, ob es in einer Zeit des Umbruchs, den wir alle spüren, aber noch nicht so recht fassen können, notwendig ist, die Stabilität der Demokratie, also die Journalisten, auch für die Zukunft zu sichern, indem man gleichzeitig eine moralisch-ethische Instanz, ein übergeordnetes Gremium schafft. Nun haben wir uns versteift auf diesen Ältestenrat, weil wir ihn bei der Weizsäcker-Kommission in den neunziger Jahren als gute Anregung gefunden haben. Ich will das noch einmal klarstellen, weil meine Kollegen schon wieder angefangen haben, das misszuverstehen: Mit Ältestenrat ist gemeint, dass die Medienvertreter selbst dafür sorgen, dass der gute Journalismus bleibt und dass man die Umbruchtendenzen einreicht in die soziale, wirtschaftliche und unabhängige Lage der Journalisten. Der Deutsche Bundestag kann ja nachweisen, dass er, was Rechtslage und Rechtssicherheit des Journalisten angeht, querbeet durch alle Fraktionen darauf gedrungen hat, Journalismus in Deutschland eine höchstmögliche Freiheit zuzugestehen und Unabhängigkeit das Kriterium schlechthin sein muss.

Wir haben ja eine kritische Bemerkung von Herrn Prof. Volker Lilienthal. Wenn ich das richtig sehe, haben Sie den Begriff des Qualitätsjournalismus am 2. September 2010 um 11:45 Uhr in einem Interview mit der

Zeitung *der Freitag* in Frage gestellt. Ihre Äußerungen waren auch der Anlass für uns und die Koalition, das wissen die Kollegen Sebastian Blumenthal und Reiner Deutschmann, das Thema aufzugreifen. In dem Interview haben Sie auf die Frage, ob der Begriff überflüssig sei, mit Nein geantwortet. Qualitätsjournalismus, haben Sie gesagt, habe schon wegen seiner Funktion als Leitbild, das zu Höchstleistungen anspornen müsse, seine Berechtigung. Damit sei kein Elitejournalismus gemeint, sondern ein bestimmtes Berufsethos, das jemanden leite, während er Journalist sei. Dass wir jetzt im Rahmen der Gesetzgebung die urheberrechtliche Problematik aufgreifen müssen, halte ich für notwendig. Sie werden uns dazu sicher noch einige Anregungen geben. Meine Frage an Sie lautet, was für Sie persönlich eigentlich guter Journalismus ist, was Ihre persönlichen Kriterien sind, was Sie anleitet in dem, was Sie tun und leisten?

Meine zweite Frage, an Herrn Dr. Wolfgang Storz gerichtet, bezieht sich auf die sozialen und wirtschaftlichen Bedingungen. Es treibt uns schon um, wenn man bei einer Umfrage der Deutschen Journalisten Union liest, dass freie Journalisten, immerhin 40 Prozent von Ihnen, nicht einmal 1.000 Euro monatlich verdienen und die anderen 60 Prozent mit einem Monatsgehalt von 2.147 Euro im Durchschnitt auskommen müssen. Macht das nicht auch abhängig? Worin sehen Sie denn die Zukunft für diese Frauen und Männer?

Die Vorsitzende: Vielen Dank, Herr Kollege Börnsen. Herr Professor Lilienthal, bitte.

Prof. Dr. Volker Lilienthal (Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft, Universität Hamburg): Eine Definition, was Qualität für mich persönlich ist, muss ich Ihnen für den Moment schuldig bleiben, weil das eine lange Geschichte wäre. Aber ich möchte Ihnen eine kurze Antwort auf zwei ganz wichtige Punkte geben:

Erstens ist es sehr freundlich von Ihnen, den Journalisten generell Mut zu attestieren. Das ist positiv, aber ich glaube, es deckt sich nicht ganz mit der Wirklichkeit, da wir deutschen Journalisten den freiheitlichen Rahmen, der durch diese Rechtsstaatsdemokratie gesetzt ist, viel zu wenig ausnutzen. Viele deutsche Journalisten sind sehr angepasst mittlerweile, viel angepasster als früher. Ich erlebe das zum Beispiel bei meinen jungen Leuten, wenn die sagen: „Ich habe recherchiert, wie Geschäftemacher in Hamburg mit alten Leuten umgehen, indem sie diese in Seniorenheime abschieben. Darf ich die denn überhaupt ‚Geschäftemacher‘ nennen?“ Ich sage: „Ja, selbstverständlich dürfen Sie die ‚Geschäftemacher‘ nennen, wenn Sie Ihr Werturteil begründen können.“ Was ich mit diesem Beispiel sagen will: Es gibt gerade unter jungen Journalisten eine sehr defensive Haltung, die trauen sich gar nicht mehr, die Kritik zu üben, zu der Sie uns gerade ermutigt haben. Das sollte man im Auge behalten.

Ein zweiter Punkt, den Sie angesprochen haben, das ist, glaube ich, der Begriff der Verantwortung. Spielt nicht auch der Journalist mit im demokratischen System? Da bin ich in der Tat der Auffassung, dass er trotz oder gerade wegen seiner Freiheit zur Kritik auch eine Verantwortung hat für das gesellschaftliche und politische Gesamtsystem. Demokratie ist aus meiner Sicht als Journalist – jetzt gebe ich Ihnen doch

eine kleine Antwort auf die Qualitätsfrage – ein schützenswertes Gut. Ich glaube, wir haben in unserer Gesellschaft so viele Fliehkräfte, Segregationstendenzen, dass der Journalist darauf achten muss und vielleicht in destruktiver Kritik Maß halten muss, um das Große und Ganze, das zivilisierte Zusammenleben im Auge zu behalten. Auch das gehört zum journalistischen Ethos.

Die Vorsitzende: Vielen Dank, Herr Professor Lilienthal. Dann hat Herr Dr. Storz jetzt das Wort.

Dr. Wolfgang Storz (Publizist): Ich kann an dem Punkt ansetzen. Ich denke, Herr Börnsen, dass erstens die Zahlen stimmen und zweitens, dass die sozial schwierigen Bedingungen eher zugenommen haben, wenn man die letzten zehn, fünfzehn Jahre zurückgeht. Den Anteil der sogenannten Stammbesellschaften versuchen die Verlage immer relativ klein zu halten, das sind auch diejenigen, die vielleicht höher eingruppiert sind oder auch die Älteren, die man gar nicht mehr oder nur sehr schwierig loswerden kann. Alles, was neu hinzu kommt, sind entweder befristete Verträge oder basiert auf einer völlig freien Mitarbeit, die oft auf Zeilenhonorarbasis funktioniert, die dann ziemlich schlecht ist mit der Folge unter anderem, dass Leute schauen müssen, wie sie anders an Einkommen herankommen. Das ist der eine Punkt. Ich will jetzt nicht dramatisieren, aber natürlich fällt es jemandem, der ein sicheres Einkommen hat und nicht in ungesicherten Verhältnissen lebt, leichter, Zivilcourage zu zeigen, und auch gegenüber denjenigen, zu denen er recherchiert, entschieden aufzutreten, vielleicht auch mal einen Konflikt durchzuhalten. Das kann jemand, der in prekären Verhältnissen lebt, natürlich nicht.

Die Vorsitzende: Vielen Dank, Herr Dr. Storz. Für die SPD-Fraktion Herr Kollege Dörmann, bitte.

Abg. Martin Dörmann (SPD): Vielen Dank, Frau Vorsitzende. Ich möchte mich – auch im Namen der SPD-Bundestagsfraktion – bei Ihnen sehr herzlich für Ihre Ausführungen bedanken. Die Bandbreite, die Sie dargestellt haben, ist schon ein Wert an sich und zeigt, wie vielschichtig die Problematik ist.

Ich würde im Grunde genommen gerne an alle Experten Fragen stellen, aber ich beschränke mich auf Frau Kaiser und Herrn Leyendecker. Vielleicht machen die anderen Fraktionen das ähnlich, dann kommt am Ende jeder zu Wort. Wir haben – ich finde sehr zu Recht – von Herrn Dr. Storz gehört, dass man fragen muss, wie man Qualitätsjournalismus definiert. In diesem Zusammenhang wäre für mich interessant, ob Sie seine Ansicht teilen, bei der Definition auf den Aspekt „im öffentlichen Auftrag“ abzuheben. Ich frage mich, wovon der Qualitätsjournalismus dann gegebenenfalls abzugrenzen wäre. Prinzipiell finde ich es erst einmal wichtig, Begriffe in einem politischen Diskurs gemeinschaftlich zu entwickeln und zu diskutieren, sonst würde man ja nicht zu weitergehenden Vorschlägen kommen.

Die zweite Frage, die Herr Dr. Storz in diesem Zusammenhang aufgeworfen hat, geht dahin, wie man Qualitätsjournalismus in diesem Sinne dann stützen kann. Ich glaube, wir haben ein gemeinschaftliches Interesse daran, da kann ich dem Kollegen Börnsen ausdrücklich zustimmen, dass gerade die Politik sehr stark davon abhängig ist –, wie Medien und Journalismus in der Demokratie arbeiten. Das Grundproblem scheint mir zu sein, dass wir eine sehr fragmentierte, immer komplexer werdende Gesellschaft haben und gleichzeitig mit Blick auf den Leser oder Konsumenten das Bedürfnis nach

einfachen Antworten, die dann vielleicht durch eine bestimmte Art von Journalismus eher befriedigt werden.

Ich habe vor Kurzem eine Diskussion miterlebt, da hat der Chefredakteur einer großen bundesweiten Tageszeitung die Tendenz in der Medienwelt beklagt, einem bestimmten Trend nachzurrennen, weil alle glauben, damit das Publikum zu erreichen. So verstärkten sich dann sozusagen einseitige Ausrichtungen.

Vor diesem Hintergrund möchte ich noch einmal zurückzukommen auf die Frage, wie Qualitätsjournalismus gestützt werden kann. Bedeutet das, von Seiten der Politik auch einmal zu schauen, wie man finanzielle oder rechtliche Rahmenbedingungen verbessern kann, sei es für die Journalisten als Personengruppe, sei es für Verlage, sei es an anderer Stelle? Oder muss lediglich ein gesellschaftlicher Diskurs von der Politik angestoßen werden? Herr Leyendecker hat das so formuliert, wir hätten nicht mehr die Verleger, die mit einem bestimmten Ethos auf das Ergebnis der journalistischen Arbeit blicken, sondern es gebe einen bestimmten verlegerischen Anspruch. Ich frage mich, wie man eine solche Diskussion mit den Medienvertretern und den Verantwortlichen anstoßen kann. Was kann die Politik dabei ausrichten? Halten Sie Vorschläge, wie zum Beispiel den von der Union, einen Ältestenrat, wie immer er dann auch besetzt sein mag, an die Spitze dieser Bewegung zu stellen, für gut, oder brauchen wir nicht eher einen breit angelegten gesellschaftlichen Diskurs, wie wir das als SPD an dieser Stelle meinen? Wie kann man Probleme auf Seiten der Journalisten, wie sie zum Beispiel Herr Prof. Lilienthal gerade angesprochen hat, angehen? Ich habe die Erfahrung gemacht, dass da ein großer Druck – sicher auch ökonomischer Art – vorhanden ist und man sich manchmal auf vermeintliche Lösungen einlässt, weil man Angst hat, wenn man aneckt in einer Tageszeitung, zwar Profil zu zeigen, aber dann vielleicht auch innerhalb der eigenen Redaktion angreifbar zu sein. Es stellt sich mir die Frage, wie innerhalb der Medienlandschaft ein Klima entstehen kann, damit auch pointierte Reportagen, Herr Leyendecker, wie Sie sie ja bekannterweise verfasst und sich damit einen Namen gemacht haben, entstehen und junge Kollegen, die noch keinen Ruf haben, es schaffen, sich gegenüber dem Druck, der in den Verlagen herrschen mag, durchzusetzen.

Die Vorsitzende: Vielen Dank, Herr Dörmann. Frau Kaiser, Ihre Antwort bitte.

Ulrike Kaiser (stellvertretende Vorsitzende Deutscher Journalisten-Verband, Initiative Qualität im Journalismus): Wenn es gelänge, diesen Diskurs anzustoßen, wären wir sehr dankbar. Die Journalisten sind dazu mit Sicherheit bereit, denn bei uns ist, wie Sie auch beschrieben haben, der Druck doch inzwischen ziemlich stark. Er äußert sich auch in der Weise, dass für viele das nicht mehr der Beruf ist, den sie einmal auserwählt haben. Er hat sich derart verändert durch Arbeitsverdichtungen und durch den Druck, der herrscht, dass sich viele Journalisten sagen, das ist nicht mehr das, was sie einmal werden wollten, weil ihre Ziele in Bezug auf Qualitätsjournalismus nur noch äußerst schwer zu erreichen sind. Das ist für Journalisten, denke ich, eine sehr schmerzhaft Erfahrung und wir wollen gerne diesen Diskurs eröffnen. Inwieweit dieser Diskurs verbunden sein muss mit einem weiteren Gremium, ist für mich

eine zweite, vielleicht sogar eine zweitrangige Frage.

Wir haben sehr viele Kontrollinstanzen im Bereich des Journalismus, der überwiegend auf Selbstkontrolle – sehr zu Recht und, Gott sei Dank, sage ich nur – basiert. Wir haben den Deutschen Presserat, die Kontrollgremien in den Landesmedienanstalten und die Rundfunk- und Fernsehräte. Insofern ist die offizielle Beobachtung des Journalismus durchaus gut durchorganisiert. Was wir vermissen, ist allerdings der gesellschaftliche Diskurs. Die Gesellschaft sollte über Werte des Journalismus und der Medien diskutieren. Wir würden das gerne haben, aber wissen auch, dass es schwer anzustoßen ist. Deshalb denke ich, dass wir auch auf Unterstützung und Hilfe angewiesen sind.

Die Vorsitzende: Vielen Dank, Frau Kaiser. Dann hat Herr Leyendecker das Wort.

Hans Leyendecker (zweiter Vorsitzender Netzwerk Recherche e.V.): Was braucht man im Journalismus? Man braucht ein scharfes Auge, Neugierde, eine pointierte Meinung und Fähigkeiten, das eine vom anderen zu trennen. Das ist geblieben über all die Jahrzehnte hinweg. Ich glaube, dass es derzeit ungleichzeitige Entwicklungen gibt. Meine Wahrnehmung ist, dass wir in Teilbereichen noch nie so guten Journalismus hatten wie heute. Über meine Zeiten will ich jetzt nicht reden, aber wenn ich es dennoch tue und es mit meiner Zeit vergleiche, sind die jungen Leute sehr viel besser ausgebildet, als wir es damals waren. Sie sind viel internationaler und weniger ideologisch, als wir gewesen sind, und sie sind tatsächlich – wie Prof. Dr. Lilienthal zu Recht sagt – unglaublich angepasst.

Ich war einmal Ressortleiter beim *Spiegel*, und als ich beim *Spiegel* begann, war ich glücklich, dort zu sein. Dann kam jemand und sagte, ich müsse die Geschichte so und so schreiben. Da habe ich mich unglaublich gewehrt, weil ich das nicht in Ordnung fand. Vom Ergebnis her wollte ich es unbedingt machen. Später kamen junge Leute, die konnten viel besser schreiben, als ich es zu ihrer Zeit hätte tun können. Nach drei Monaten waren einige schon in der Lage, Titelgeschichten zu schreiben. Dennoch fragten sie, was sie schreiben sollten. Und dieser Trend hat sich ein Stückchen fortgesetzt, das heißt, wir haben tatsächlich besser Ausgebildete, auch Leute, die mehr in die Diskussion treten, aber die sehr viel mehr Existenzängste aufweisen, als wir sie damals hatten.

Wenn wir die allgemeine Entwicklung betrachten, haben wir viel Mainstreamjournalismus. In Berlin ist der sehr stark. Sie haben da immer Diskussionen, die kommen drei Tage hoch, sind aber ebenso in drei Tagen wieder weg. Von daher bin ich wirklich dankbar, dass es so etwas wie eine Netzgemeinde gibt, die einfach auch Prozesse verkürzen kann. Eine Diskussion, wie wir sie jetzt über den Freiherrn führen, da wäre das normale Muster gewesen, dass man die Reportage gebracht hätte, sich drei Verteidiger gemeldet und gesagt hätten, es sei ungeheuerlich, dass man das alles so betreibe. Die anderen hätten gesagt, dass ihnen nichts Menschliches fremd sei. Nach vier Wochen wäre man ein Stückchen weitergekommen mit dieser Geschichte, und dann wäre man gefragt worden: „Wieso kommst Du schon wieder mit dem alten Kram?“ Also, da gibt es eine ungemeine Beschleunigung, dadurch dass im Netz eine Bewegung entstehen kann, die dann auch tatsächlich zu qualitativ anderen Ergebnissen führt.

Die Möglichkeiten des Journalismus sind nicht geringer, sondern größer geworden. Auch das ist wahr. Ich hatte 1989 eine Reportage über die mögliche Reichweitenverlängerung der Scud-B-Rakete durch das Regime von Saddam Hussein gebracht und prompt eine gerichtliche Klage eines großen deutschen Konzerns am Hals, der sagte, der Ofen, den man geliefert habe, taue nicht für Scud-B-Raketen. Genau das hatte ich nämlich geschrieben. Es dauerte sechs Wochen, bis ich einen Professor auftreiben konnte, der sagte, für Scud B braucht man genau diese Teile. Wenn Sie das heute machen würden, hätten Sie das innerhalb eines halben Tages recherchiert, wenn Sie das eingeben und die richtigen Parameter haben. Bestimmte Prozesse, für die wir früher entsetzlich lange gebraucht haben, auch in der Recherche, lassen sich abkürzen und erheblich schneller zu Ergebnissen bringen. Von daher finde ich, ist das alles nicht so einheitlich zu sehen.

Zum Vorschlag eines Ältestenrats möchte ich sagen, dass ich es immer gut finde, wenn man symbolische Dinge macht. Was die Verleger angeht, finde ich es gut, dass die wissen, dass manche Menschen mit der Entwicklung unzufrieden sind. Es gibt Verleger, die sich kümmern, aber wir haben auch viele andere, und dass da ein Ältestenrat schaden würde, das sehe ich nicht.

Die Vorsitzende: Vielen Dank, Herr Leyendecker. Für die FDP-Fraktion Herr Kollege Blumenthal, bitte.

Abg. Sebastian Blumenthal (FDP): Vielen Dank, Frau Vorsitzende. Ich möchte für die FDP-Fraktion noch einmal ganz gezielt auf den Online-Aspekt eingehen. Das ist ja auch mit der Schwerpunkt der heutigen Veranstaltung. Ich habe zwei Fragen an Herrn Blau. Zum einen haben Sie mit *Zeit Online* und der *Zeit* hier auf dem deutschen Markt eine sehr erfolgreiche Pionierarbeit geleistet. Das kann man zweifelsohne anerkennend feststellen. Mich würde interessieren, ob es bei diesem Weg, den Sie beschritten haben, viele Momente gab, in denen Sie dachten, Qualität, Journalismus und Onlineangebot, das passe nicht zusammen. Dass es zwar eine gute Idee gewesen sein mag, aber Sie doch jetzt Zweifel hegten, ob es erfolgreich sein würde. Gab es vielleicht so etwas wie ein Schlüsselerlebnis, das Sie dazu verleitet, an die Perspektive zu glauben: Online-Channel, Journalismus und Qualität, das passt zusammen?

Meine zweite Frage: Sie hatten eingangs ausgeführt, dass das Thema Existenz von Blogs und etablierten Plattformen aus Ihrer Sicht kein Nebeneinander und Gegeneinander, sondern inzwischen eher ein Miteinander sei. Sie sprachen von einer besonderen Ausprägung. Dazu würde mich interessieren, ob dieser nutzergenerierte Inhalt auch in etablierte Plattformen einbezogen werden kann, Sie damit bereits Erfahrungen gemacht haben und eine Perspektive sehen. Wie wäre Ihre Bewertung dazu?

Die Vorsitzende: Vielen Dank, Herr Kollege Blumenthal. Dann hat Herr Blau das Wort.

Wolfgang Blau (Chefredakteur ZEIT ONLINE): Vielen Dank. Das ist tatsächlich eine Wette gewesen, die wir eingegangen sind. Wir hatten das große Glück, zum einen ein sehr profitables Printmedium hinter uns zu haben, aber auch Verleger, die tatsächlich langfristig zu investieren bereit waren. Aber

selbstverständlich gab es auch bei uns das Ziel, eines Tages eine Rendite zu erwirtschaften, was ich auch legitim finde.

Wir befürchteten zunächst, dass bei unserem Ansatz in Deutschland nicht genügend Leser zur Verfügung stehen würden. Inzwischen sind wir sehr beruhigt. Wir hatten im Januar 2009 ca. 8,5 Millionen Visits, also Besucher, auf unserer Webseite. Im Januar 2010 waren es 13,6 Millionen und im Januar 2011 über 20 Millionen. Das ist ein Wachstum von jeweils ca. 50 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der natürlich auch sehr wichtige Punkt ist, dieses Wachstum auch in Umsätze zu verwandeln. Auch das Umsatzwachstum liegt in dieser Größenordnung. 2010 gegenüber 2009 eine Steigerung von ca. 50 Prozent. Das ist sicher das größte Aha-Erlebnis, zu sehen, dass das funktioniert. Es gibt eine Alternative zu dem, was wir bisher im Netz antrafen. Gleichzeitig war auch klar, dass wir nicht in die Falle tappen zu versuchen, das Rennen mit *Spiegel Online* aufzunehmen. Dieser Platz ist besetzt. Wir mussten unsere eigene Nische finden. Das war ein Rat, den Friedrich von Bismarck mir einst gegeben hat.

Dann gibt es einzelne Momente, Rückmeldungen beispielsweise, dass uns beispielsweise eine Leserin kontaktiert und anbietet, ihre Tochter sei gerade in Kairo, man könne sie dort gerne anrufen. Oder dass uns Soldaten aus Afghanistan über Facebook kontaktieren, uns iranische Studenten kontaktieren, Leserinnen und Leser uns tagtäglich helfen, unsere Qualität zu verbessern, Themen zu erkennen, die wir nicht erkannt hätten in der Geschwindigkeit, Ansätze bzw. Recherchefehler zu korrigieren, die natürlich ständig passieren. So gesehen ist bei uns schon eine gewisse Euphorie zu beobachten in der Redaktion, weil wir tagtäglich sehen, da entsteht gerade etwas ganz Neues.

Zur Frage der Blogs und der nutzergenerierten Inhalte: Da, glaube ich, stand eine Zeit lang in manchen Verlagen die Fantasie dahinter, auf diese Art und Weise Geld einsparen zu können. Wir gehen inzwischen davon aus, nutzergenerierte Inhalte gehören zu den teuersten Inhalten, weil man in jedem einzelnen Fall die Rechtslage in Bezug auf das Urheberrecht überprüfen muss. Bei einem Video beispielsweise muss man genau wissen, ob das wirklich von der Person ist, die es einem übergibt. Es ist zu klären, ob die darin abgebildeten Personen gegen ihren Willen abgebildet sind. Das bedeutet, dass dies nicht unbedingt ein Weg ist, Kosten zu sparen. Aber man entdeckt darüber oft Themen, die man sonst nicht entdeckt hätte.

Was sind nutzergenerierte Inhalte? Ein nutzergenerierter Inhalt ist zum Beispiel, wenn ein User einen Link unter einen Artikel hinzufügt, den er für wichtig hält oder einen Artikel aus einem Konkurrenzmedium, das eine Gegenmeinung – vielleicht sehr fundiert – vertritt. Wir glauben, auch das ist nutzergenerierter Inhalt. Eher selten sind ausgerecherte, lange Beiträge, die von Usern kommen und veröffentlicht werden. Aber auch das kommt vor und Sie sehen das dann auf unserer Homepage.

Ich möchte noch zwei kurze Bemerkungen zum Verlauf dieser Sitzung machen. Auch ich finde es sehr gut, dass Sie die Initiative dazu ergriffen haben. Auffällig finde ich, dass man den Eindruck haben könnte, es gäbe keine öffentlich-rechtlichen Medien in Deutschland, mit Ausnahme der Äußerung von Herrn Dr.

Storz. Das sagt jemand, der rund acht Jahre in den USA gearbeitet und gesehen hat, dass der dortige, nicht wirklich als Äquivalent zur ARD anzusehende Public Broadcasting Service (PBS) mit ca. 100 Mio. Dollar pro Jahr an öffentlichen Zuwendungen auskommen muss. Man darf nicht vergessen, dass es ein öffentlich-rechtliches Rundfunksystem bei uns gibt, das mit ca. 7,3 Mrd. Euro pro Jahr unterstützt wird. Das sollten wir nutzen. Ich fände es auch sinnvoll, wenn Vertreter dieser Medien künftig an Gesprächen dieser Art mitbeteiligt würden, zum Beispiel auch, um über Kooperationsansätze zwischen privatwirtschaftlichen und öffentlich-rechtlichen Medien zu diskutieren, insbesondere im Onlinejournalismus.

Zum Ältestenrat eine kurze Bemerkung. Es klingt immer erst einmal sinnvoll. Ich finde, Ältestenräte sind sinnvoll in Zeiten der Stabilität. In Zeiten des Umbruchs wäre es auch sinnvoll, zusätzlich einen Jüngstenrat zu haben.

Die Vorsitzende: Vielen Dank, Herr Blau. Eingangs hatte ich kurz gesagt, dass diese Runde natürlich nicht vollständig sein kann, sondern dass wir noch drei weitere Veranstaltungen dieser Art machen. Wir haben im Vorfeld vielen Akteuren in der Szene schon einmal geschrieben und über unser Vorhaben berichtet. Das heißt, mit Sicherheit werden Vertreter des Öffentlich-Rechtlichen auch bei einem der Folgegespräche eine Rolle spielen. Vielen Dank noch einmal für den Hinweis. Frau Borchert hatte sich gerade gemeldet.

Katharina Borchert (Geschäftsführerin SPIEGEL ONLINE): Ich hätte einen Wunsch an die Politik, wenn wir schon über den Journalismus unterstützende Maßnahmen reden. Herr Leyendecker hatte vorhin völlig zu Recht den britischen *Guardian* als Beispiel angeführt und die Aufarbeitung dieser ungefähr 400.000 Dokumente über den Spesenskandal der dortigen Abgeordneten erwähnt. In Großbritannien ist – zumindest nach meiner Wahrnehmung – eine ganz andere Diskussion im Gange, was staatliche Datentransparenz angeht. Qualitätsjournalismus, erst recht in der heutigen Zeit mit den Möglichkeiten der Datenverarbeitung, die wir haben, mit den Möglichkeiten, Nutzer zu integrieren, gibt uns ganz neue Möglichkeiten, ganz neue Dimensionen, aber wir sind da natürlich auch sehr abhängig von Auskunftsrechten, die Journalisten gewährt werden und generell auch von der Datenlage, die staatliche Stellen uns zur Verfügung stellen. Ich halte das für eine extrem wichtige Diskussion, die aus meiner Sicht in Deutschland viel zu wenig stattfindet. Britische Journalisten haben ein ganz anderes Datenvolumen zur Verfügung, haben ganz andere Einblicke in staatliches Schalten und Walten. Und es findet in der Öffentlichkeit eine ganz andere Diskussion darüber statt, die ich für eine Demokratie für sehr fruchtbar halte.

Die Vorsitzende: Frau Kollegin Dr. Jochimsen für die Fraktion DIE LINKE., bitte.

Abg. Dr. Lukrezia Jochimsen (DIE LINKE.): Ich möchte doch noch einmal auf ein Problem zu sprechen kommen, das mir hier wirklich zu selten angesprochen wird. Das ist die wirtschaftliche Situation von Journalisten in diesem Land. Wenn man sich die Zahlen anschaut, kommt man ja fast an einen Punkt, wo

man sagt, man muss Mindestlöhne für Journalisten einfordern von Seiten der politisch Agierenden. Denn ich glaube, alles steht und fällt ja letztlich doch damit: Der Mut, die Verantwortung, das qualitätsvolle Arbeiten, und ob man mit dieser Arbeit nach einer guten Ausbildung, einer guten Qualifizierung seinen Lebensunterhalt einigermaßen anständig verdienen kann. Nun haben Journalisten in Deutschland traditionell nie besonders viel verdient, von Top-Journalisten einmal abgesehen. Aber, sie haben doch zumindest auskömmlich verdient. Ich glaube, wir sind an einem Punkt angelangt, wo das nicht mehr der Fall ist.

An Herrn Dr. Storz geht meine Frage im Zusammenhang mit der Arbeit für PR: Es wurde vorhin gesagt, PR gebe den Journalisten viele Möglichkeiten, Geld zu verdienen, weil sie in ihrem Hauptarbeitsfeld, dem Journalismus, so miserabel bezahlt seien. Ich finde, dass kann doch eigentlich nicht die Botschaft für uns sein, auch nicht die Botschaft an die Politik. Müssen wir uns nicht in erster Linie zusammenschließen, um zu fordern, dass Journalisten von der Arbeit, die sie leisten, anständig leben können? Dann haben wir auch das Spannungsverhältnis zwischen PR und Journalismus nicht, dessen Effekte Sie ja sehr eindringlich beschrieben haben.

Die Vorsitzende: Für die Fraktion DIE LINKE. Herr Kollege Behrens, bitte.

Abg. Herbert Behrens (DIE LINKE.): Meine Frage geht an Herrn Spielkamp. Es geht auch noch einmal um die Frage der wirtschaftlichen Situation der handelnden Akteure. Ich würde ganz gerne einmal die Seite wechseln und die Verlegerseite von Ihnen beleuchtet sehen angesichts der Tatsache, dass in den vergangenen Jahren von dieser Seite immer wieder Entscheidungen getroffen worden sind, die sehr zu Lasten des Journalismus und der Qualität gegangen sind. Ob es nun um den *Tagesspiegel* ging oder um Outsourcing in Redaktionen oder ob wir uns vor Augen führen, dass aktuell Redakteure und Journalisten bei den Tageszeitungen um ihre Tarife kämpfen und die Verleger sagen: „Es darf aber nur ein bisschen weniger sein.“ Über Zuwächse wird gar nicht mehr diskutiert. Das deutet darauf hin, dass die Verleger gegenüber den Akteuren eine ungemeine Macht zu haben scheinen. Nun gehören Sie zu den herausragenden Kritikern des Leistungsschutzrechtes, was ja quasi noch ein neuer Punkt ist, um den Verlegern weitere Einnahmemöglichkeiten zu schaffen. Was sind eigentlich die zentralen Kritikpunkte, die zu beachten sind? Wie Sie wissen, befinden wir uns ja gerade in einer Diskussion, in der es unter anderem um Leistungsschutzrechte der Zeitungsverlage geht.

Die Vorsitzende: Dann hat jetzt Herr Dr. Storz das Wort.

Dr. Wolfgang Storz (Publizist): Frau Dr. Jochimsen, ich kann eigentlich nur noch einmal in Erinnerung rufen, dass es relativ viele Statistiken gibt, die das Missverhältnis zwischen Stellen im Bereich der PR und des Marketings, vor allen Dingen als Gegenüber zum Journalismus, belegen. Die Zahl der agierenden Journalisten, egal ob freie oder festangestellte, wird immer geringer. Es gibt sozusagen immer mehr PR-Stellen und immer weniger Journalisten. Ich denke, für die Frage der Bezahlung – Mindestlohn oder andere Dinge – ist eher jemand wie der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) oder die Deutsche

Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) Ansprechpartner. Ich möchte nur auf den Zusammenhang aufmerksam machen, dass diese Situation, schlecht bezahlt zu werden, und Einsparungen in den Redaktionen zu erleiden, wesentliche inhaltliche Auswirkungen hat. Sie müssen einfach davon ausgehen, dass ein Journalist, der nach Zeile arbeitet, nur unkomplizierte Themen bearbeiten können wird, wo er zwei Mal telefoniert und dann den Text abgibt, weil er pro Zeile vielleicht 50 oder maximal 80 Cent verdient. Die Redaktionen bei überregionalen Zeitungen wiederum müssen auch sparen, das ist ja kein böser Wille, sondern der Lokal-, Politik- oder Feuilleton-Chef, der hat eben ein bestimmtes Budget, das in den vergangenen Jahren ständig gekürzt worden ist, der wird von sich aus schon gar keine komplizierten Themen mehr angehen lassen, weil er weiß, da sind vielleicht ein hauptamtlicher Redakteur und ein freier vier Tage beschäftigt. Eine Situation wie bei Herrn Leyendecker, wo ich sagen würde, Gott sei Dank gibt es ihn, da weiß man wenigstens, es ist eine gute Arbeit, die weiter transportiert wird, ist die absolute Ausnahme. Wir reden da über einsame Spitze und anschließend kommt lange gar nichts und dann kommen wirklich sehr problematische soziale Situationen. Das ist mein Punkt, der mir am Herzen liegt, der große inhaltliche Auswirkungen hat. Die Arbeiten werden schlechter, komplizierte Themen werden einfach von der Agenda gedrängt, weil man viel zu viel recherchieren müsste, und ein kompliziertes Thema braucht auch viel Platz, um es darstellen zu können, das kostet auch wieder Geld. Und das wird alles vermieden.

Die Vorsitzende: Danke, Herr Dr. Storz. Dann hat jetzt Herr Spielkamp das Wort.

Matthias Spielkamp (Projektleiter iRights.info): Ich danke Herrn Abg. Behrens für seine Frage zum Leistungsschutzrecht, denn diese Frage gibt mir die Möglichkeit, noch einmal auf einen wichtigen Konflikt hinzuweisen. Ebenfalls möchte ich in meine Antwort den Beitrag von Herrn Dr. Wolfgang Storz und die Frage von Frau Abg. Dr. Lukrezia Jochimsen mit einbeziehen.

Es ist tatsächlich der Fall, dass sich die wirtschaftliche Lage der freiberuflichen Journalisten zunehmend verschlechtert. Die wirtschaftliche Lage der festangestellten Journalisten ist noch nicht abzusehen, da gerade die Tarifverhandlungen laufen. Die zuständigen Verbände haben errechnet, dass danach ein Journalist, der heute einen Vertrag unterschreibt, im Alter von 40 Jahren mit entsprechender Berufserfahrung, ungefähr 30 bis 35 Prozent weniger verdienen wird als ein Journalist, der heute in der gleichen Situation ist. Wenn dies in anderen Branchen geschehen würde, wäre mit Protesten zu rechnen.

Auch möchte ich darauf hinweisen, dass es für freiberufliche Journalisten gemeinsame Vergütungsregeln gibt. Ich selbst bin seit 15 Jahren Mitglied bei der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di), Fachgruppe dju. Meiner Meinung nach ist es eine Katastrophe, was die dju gemeinsam mit dem DJV ausgehandelt hat. Die sogenannte angemessene Vergütung, die sichergestellt werden soll, beginnt bei 47 Cent pro Zeile. Wenn man ausrechnet, was Journalisten für eine saubere Recherche an Zeit benötigen und diese dann auch noch zu Papier gebracht werden muss, sind das Arbeitsbedingungen, die schwer vorstellbar sind. Es ist meiner Meinung nach offensichtlich, dass unter diesen Bedingungen keine Qualität entstehen kann.

Explizit möchte ich nochmals anführen, da dies in engem Zusammenhang mit dem Leistungsschutzrecht steht, dass auf der anderen Seite die Presseverleger stehen, die für sich ein zusätzliches Recht beanspruchen wollen. Im Koalitionsvertrag ist dies bereits festgehalten, dass dieses Leistungsschutzrecht geschaffen werden soll. Das Gesetz bringt meiner Meinung nach verschiedene Gefahren mit sich, aber keine Verbesserungen. Selbst Christoph Keese, der sozusagen der Botschafter in Politik und Öffentlichkeit war, sagt, dass, wenn das Leistungsschutzrecht käme, dies die Verlage nicht retten werde. Ich frage mich aber, warum dafür so hart gekämpft wird. Denn es ist ja so, wenn ein Leistungsschutzrecht eingeführt werden würde, müsste für das gewerbliche Lesen von Informationen, die von den Verlagen kostenfrei zur Verfügung gestellt werden, eine Abgabe gezahlt werden. Zum Beispiel ist *Welt Online* ein Angebot, das der Axel Springer Verlag kostenlos zur Verfügung stellt. Das müsste der Verlag nicht tun, er könnte dieses Angebot auch einfach hinter eine Paywall stellen. Doch obwohl er das nicht tut, müssten für das Lesen der kostenlos angebotenen Artikel dann, auch vom Deutschen Bundestag, Gebühren gezahlt werden. Diese Gebühren würden über Verwertungsgesellschaften an die Verlage und nicht an die Journalisten ausgeschüttet. Die Journalisten hätten, solange sie Freiberufler sind, ein doppeltes Problem, denn sie wären nicht mehr in der Lage, weiterhin über ihre eigenen Werke zu verfügen. Das Leistungsschutzrecht ginge über das hinaus, was das Urheberrecht vorsieht, nämlich, dass man seine eigenen Werke lizenzieren kann. Als Journalist habe ich das Recht, einem Verlag aufzuerlegen, meinen Artikel nach meinen Vorstellungen zu nutzen. Gäbe es das Leistungsschutzrecht, würde der Verlag ein eigenes Recht an diesem Artikel bekommen. Mir als Journalist würde untersagt, diesen Artikel weiter zu lizenzieren, also an weitere Anbieter weiter zu verkaufen und ein Honorar dafür zu erhalten, während den Verlagen dieses Recht eingeräumt würde. Ich bin der Meinung, dass dies unter Berücksichtigung der aktuellen Verhandlungsposition, in der sich die Journalisten befinden, nicht möglich sein kann.

Ich möchte noch darauf hinweisen, dass keine Untersuchung vorliegt, welches Problem mit dem Leistungsschutzrecht gelöst werden sollte oder gelöst werden könnte, wenn es denn eingeführt werden sollte.

Ein weitaus dringenderes Problem, was noch auf die Gesellschaft zukommen könnte, ist, dass sogenannte Snippets unter ein Schutzrecht gestellt werden würden. Snippets sind kurze Ausschnitte, die bisher nicht urheberrechtlich geschützt werden, weil sie keine sogenannte Schöpfungshöhe haben. Durch das Leistungsschutzrecht würden sie allerdings geschützt. Damit bestünde die Gefahr zumindest einer Teilmonopolisierung der Sprache. Davor kann nicht genug gewarnt werden.

Die Vorsitzende: Für die Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Frau Kollegin Rößner, bitte.

Abg. Tabea Rößner (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Ich möchte noch einmal betonen, dass ich es sehr begrüße, dass das Thema Qualitätsjournalismus hier im Ausschuss behandelt wird. Ich selbst habe als Journalistin gearbeitet und weiß, wie lange dieses Thema schon diskutiert wird. Die Frage ist, wie können wir als Bundestagsabgeordnete die Journalisten überhaupt stützen, da die Medienpolitik in der Länderhoheit liegt.

Ich sehe beispielsweise immer noch ein gravierendes Problem beim Outsourcen von Recherchen. Deshalb möchte ich eine konkrete Frage an Frau Kaiser richten. Was bringen denn die Berufsverbände als Vertretung für Journalistinnen und Journalisten an Vorschlägen für den Erhalt von Qualität und die Finanzierung des Journalismus in die Verhandlungen über Tarifverträge hinaus mit ein?

Meine zweite Frage bezieht sich auf das Verhältnis Blogs und Medien. Herr Leyendecker hat bereits angesprochen, dass die *Süddeutsche Zeitung* in der Richtung etwas initiiert hat und dies ins Internet weitergetragen wurde. Es gibt aber auch den umgekehrten Weg, dass erst Blogs Themen aufgreifen, die die klassischen Medien zunächst nicht transportieren wollen und erst auf Druck von Blogs sich dieser Themen annehmen. Ein klassisches Beispiel sind die Landtagswahlen in Nordrhein-Westfalen.

In diesem Zusammenhang möchte ich eine Frage an Herrn Prof. Volker Lilienthal richten. Es liegt eine These vor, dass in zehn Jahren nur noch wenige angestellte Journalisten bei Print und Medien existieren werden, und sich die Mehrheit beispielsweise über Paper Click finanziert und dadurch das Verhältnis von Bloggern und Journalisten verändert werden wird. Man spricht davon, dass neue Geschäftsmodelle entwickelt werden müssen. Wie stehen Sie dazu?

Die Vorsitzende: Danke, Frau Kollegin Rößner. Dann hat jetzt Frau Kaiser das Wort.

Ulrike Kaiser (stellvertretende Vorsitzende Deutscher Journalisten-Verband, Initiative Qualität im Journalismus): Ich möchte darauf hinweisen, dass ich bereits einige Punkte in meiner schriftlichen Stellungnahme formuliert habe. Auf jeden Fall kann die Formel angewandt werden: Wo kann Politik durch gesetzgeberische Maßnahmen unterstützen? Überall dort, wo Freiheitsrechte auszubauen und nicht einzuschränken sind. Konkret, was die soziale Situation betrifft, plädieren wir dafür, jeden Missbrauch von Leiharbeit zu unterbinden. Ein Missbrauch, der auch – darüber ist leider in der Öffentlichkeit aus verständlichen Gründen wenig die Rede – gerade die Medienbetriebe erheblich betrifft.

Gestatten Sie mir noch eine zusätzliche Bitte. Freie Journalisten, wie sie hier erwähnt worden sind, die zum größten Teil ganz erhebliche soziale Probleme haben, gilt es zu stützen, wo immer es möglich ist und nicht noch in ihrer sozialen Lage zum Beispiel dadurch einzuschränken, dass die Künstlersozialkasse angetastet wird.

Die Vorsitzende: Danke, Frau Kaiser. Dann hat jetzt noch Herr Prof. Dr. Lilienthal das Wort.

Prof. Dr. Volker Lilienthal (Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft, Universität Hamburg): Ich glaube nicht, dass es möglich sein wird, dass einzelne Journalistinnen und Journalisten quasi durch einen zu bezahlenden Klick auf ihrer angebotenen Seite ein Finanzierungsmodell individueller Art für sich selbst generieren. Meiner Ansicht nach müssen sie schon an Medien gebunden sein, die sich unter anderem über Klicks bzw. Micropayment finanzieren. Das ist aber eine Frage nach dem Wertbewusstsein, das in der Gesellschaft vorhanden ist. Meiner Meinung nach sind wir alle

verdorben durch diese Gratis-Mentalität. Wir sind es gewöhnt, dass alle Informationen kostenlos zur Verfügung gestellt werden. Das kann in der Tat nicht mehr so weitergehen, weil der gute Onlinejournalismus, den es ja gibt, sein Geld wert ist. Hier muss im Grunde zivilgesellschaftlich ein neues Wertbewusstsein, das heißt konkret eine Zahlungsbereitschaft, entstehen. Der Trend geht da hin, dass es in der Zukunft mehr freie Journalisten geben wird. Aber der freie Journalist, wenn er ordentlich arbeiten kann, macht natürlich nicht automatisch schlechteren Journalismus. Ich glaube allerdings, der freie Journalist wird Reichweite und damit auch Einfluss auf die Meinungsbildung nur dann gewinnen, wenn er an Leuchttürme im Internet angebunden bleibt, wie zum Beispiel an die großen Medienmarken *Spiegel Online* oder *Zeit Online*, die seine Werke dann publizieren.

Gestatten Sie, dass ich noch einen letzten Blick in die Provinz werfe, denn auch da sind wir daran gewöhnt, dass es durchaus guten Onlinejournalismus von Lokal- und Regionalzeitungen gibt, die im Internet publizieren. Das wird aber nur so lange möglich sein, wie die traditionellen Geschäftsmodelle einer bezahlten Zeitung auf Papier noch funktionieren. Wenn es das nicht mehr gibt, und das ruiniert dieses Geschäftsmodell, dann wird unsere Gesellschaft auch erleben, dass unsere Kommunikationsökologie verarmt, dass es im Internet, diesem angeblich so vielfältigen Medium, keine Inhalte, die regional und lokal informieren, mehr gibt.

Die Vorsitzende: Vielen herzlichen Dank für Ihre Beiträge. Ich möchte gerne Herrn Staatsminister Bernd Neumann begrüßen, bevor ich Sie, sehr verehrte Expertinnen und Experten, verabschiede. Herr Blau, Frau Borchert, Frau Kaiser, Herr Leyendecker, Herr Prof. Lilienthal, Herr Spielkamp und Herr Dr. Storz, ich glaube, das war ein sehr guter Auftakt für eine intensive Befassung mit dem Thema Qualitätsjournalismus, zumal Sie alle aktive Journalistinnen und Journalisten sind oder waren und aus dieser Position heraus aus eigener Erfahrung berichten konnten. Es war ein wichtiges Anliegen des Ausschusses, mit den Aktiven, um die es uns eigentlich geht, die Gesprächsrunde zu diesem Thema zu eröffnen. Die öffentliche Sitzung wurde aufgenommen, wird zeitversetzt im Internet gesendet und steht auch künftig als Video zur Verfügung. Es wird aber auch ein schriftliches Wortprotoll gefertigt und im Internet veröffentlicht.

Ich bedanke mich nochmals herzlich, auch im Namen meiner Kolleginnen und Kollegen, für Ihr Kommen.

Schluss der Sitzung: 17:45 Uhr

Monika Grütters, MdB
Vorsitzende