



Es gibt keine Alternative zum Qualitätsjournalismus

„Keine Demokratie kann sich ein Marktversagen auf diesem Sektor leisten“, lautete der Appell des Philosophen Jürgen Habermas in einem bemerkenswerten Beitrag in der Süddeutschen Zeitung im Mai 2007 zum gesellschaftlichen Mehrwert der Qualitätspresse. Der Befund ist und bleibt richtig. Für eine Demokratie ist ein freies und unabhängiges Mediensystem Grundlage und Voraussetzung für die Meinungs- und Informationsfreiheit, die Artikel 5 unseres Grundgesetzes garantiert. Zeitungen und Zeitschriften gehören ebenso dazu wie das Fernsehen, das Radio und alles das, was mit Qualitätsjournalismus, über das Internetprotokoll verbreitet, zu tun hat.

Im 60. Jahr des Bestehens der Bundesrepublik, das ist zunächst zu konstatieren, können die Nutzerinnen und Nutzer in Deutschland auf ein vielfältiges und plurales Medienangebot zurückgreifen. Das gilt sowohl für den Printbereich, als auch für die elektronischen Medien. In keinem Land existiert eine vergleichbare dichte Zeitungslandschaft mit einem immer noch herausragenden Angebot an Regionalzeitungen; in keinem Land existiert eine so vielfältige duale Rundfunkordnung wie in Deutschland. Kurzum: Das Angebot ist - auch im internationalen Vergleich - qualitativ und quantitativ herausragend und, nicht zuletzt, bezahlbar.

Diese Medienlandschaft und ihre einzelnen Segmente sind aus verschiedenen Gründen unter Druck geraten. Generell ist festzuhalten: Die durch die Digitalisierung angestoßenen und mit dieser einhergehenden Veränderungen wälzen unsere Medienordnung um. Deshalb steht die Reform des Medienkonzentrationsrechts im Mittelpunkt der politischen Beratungen der Medienkommission beim SPD-Parteivorstand. Mediennutzung und die Relevanz der Mediengattungen und ihre Verflechtungen sind in einem rasanten Wandel begriffen. Die Nutzung gleicher Inhalte über verschiedene Plattformen, die Konvergenz der Endgeräte sowie veränderte Nutzungsgewohnheiten beschreiben den Veränderungsbedarf in Umrissen. Dieser Entwicklung wird das bisherige, rundfunkzentrierte Modell nicht mehr gerecht. Deshalb ist die Evaluierung der Gefährdungspotenziale vorherr-

schender Meinungsmacht der nächste notwendige Schritt, um die Voraussetzung für eine Reform des Medienkonzentrationsrechts zu schaffen. Zu fragen ist beispielsweise, ob der Rundfunk, insbesondere das Fernsehen, auch weiterhin das zentrale Medium der öffentlichen Meinungsbildung ist. Die Antwort darauf kann nur lauten: Vorläufig ja. Aber stimmt die Gewichtung noch? Welche Meinungsbildungsprozesse gehen von audiovisuellen Angeboten, linear und nichtlinear, im Internet aus? Wie sind Konzentrationsprozesse an anderen Gliedern der crossmedialen Kette zu gewichten? Welche Rolle bei der Meinungsbildung spielt eine marktbeherrschende Suchmaschine?

In den vergangenen Jahren hat sich - begünstigt durch vielerlei Fehlentwicklungen auf den internationalen Finanzmärkten - ein Paradigmenwechsel auch auf der ökonomischen Seite unserer Medienordnung vollzogen. Controller traten an die Stelle von Programmachern, Investoren an die Stelle von Verlegern, Beteiligungsfirmen machten aus finanziell gesunden Fernsehsendern hochverschuldete Übernahmekandidaten. Die Erfüllung der öffentlichen Aufgabe Rundfunk oder die Herausgabe einer Qualitätszeitung korrespondieren nicht automatisch mit den Renditeerwartungen von Fonds. Hans-Jürgen Jakobs hat in seinem Buch „Geist oder Geld - der große Ausverkauf der freien Meinung“ die Arbeits- und Wirkungsweise der „Geldgierigen von Permira und KKR“ eindrucksvoll beschrieben. Die SPD hat auf ihrem Hamburger Parteitag 2007 die Einführung von Beteiligungsgrenzen für Nicht-EU-Akteure beschlossen. Eine Umsetzung in staatsvertragliche Regelungen scheiterte bislang an der CDU. Das Thema bleibt aber auf der Tagesordnung.

Die aktuelle Finanz- und Wirtschaftskrise lässt die Strukturkrise noch stärker zu Tage treten, die sogenannte klassische Medien erfahren.

Das zeigt sich am Beispiel der Tageszeitungen: Die Tageszeitung ist nach wie vor das Medium mit der höchsten Glaubwürdigkeit. Die immer noch bestehende Vielfalt der lokalen und regionalen Titel und Redaktionen ist wichtig für die Willensbildung im



föderalen Staat. Die Auflagen und Reichweiten der regionalen Tageszeitungen sind hingegen kontinuierlich - und im Ergebnis - dramatisch gesunken. Vor allem Jüngere verzichten immer häufiger auf die Nutzung der Tageszeitung (vgl. dazu aktuell: Ergebnisse der JIM-Studie 2008). Deshalb ist es wichtig, dass die Zeitung integraler Bestandteil des Unterrichts wird. Aus einzelnen, hervorragenden Projekten wie „ZeitungsZeit“ oder „Zeitung in der Schule“ müssen flächendeckende und verbindliche Angebote an allen Schulen werden (Vgl. dazu: Rager/Schäfer: ZeitungsZeit - Nachrichten für die Schule. Evaluationsbericht 2008). In diesen Kontext gehört auch das Thema Medienkompetenz. Angesichts der Vielzahl verfügbarer Quellen geht es um die Fähigkeit des Einzelnen, gezielt Informationen aus der Datenflut herauszufiltern und diese einzuordnen und zu bewerten. (Vgl. dazu: Medienkompetenz 2.0 - Impulse für eine vernetzte Bildungs- und Medienpolitik“, Beschluss auf dem Hamburger SPD-Parteitag 2007).

Aber nicht nur durch den Auflagenrückgang gerät die Zeitung ökonomisch unter Druck. Der sogenannte Anzeigenschwund reduziert ebenfalls die wirtschaftliche Basis von Zeitungen und erschwert die Finanzierung von Redaktionen. Der Anzeigenschwund speist sich aus einer Kombination aus konjunkturellen und strukturellen Faktoren. Dabei ist klar: Grundlage für die Akzeptanz und Relevanz einer Zeitung ist die journalistische Arbeit. Kurzum: Die Politik muss jetzt entscheiden, ob sie eingreifen will - oder nicht. Mit Hinweis auf die privatwirtschaftliche Ordnung der Verlagswirtschaft kann auch Letzteres eine Antwort sein. Ich komme jedoch zu einem anderen Schluss. Angesichts der herausragenden Bedeutung die vor allem Tageszeitungen für den Zusammenhalt und den Willensbildungsprozess einer Gesellschaft bis auf weiteres haben, halte ich es für sinnvoll, wenn wir gemeinsam überlegen, welche Instrumente wir in die Hand nehmen, um in diesem Bereich Vielfalt zu sichern - und damit auch die Arbeitsplätze von qualifizierten Journalistinnen und Journalisten. Direkte staatliche Zuschüsse an Zeitungen, wie sie in vielen anderen europäischen Staaten, zum Beispiel Italien, Frankreich oder Schweden üblich sind, sind in meinen Augen indes nicht zielführend. Mit einer Ausnahme: Der Ausstieg der WAZ aus der dpa, ein aus meiner Sicht unsolidarischer Akt, kann die führende deutsche Nachrichtenagentur im Kern gefährden, sollten weitere Verlage

diesem Schritt folgen. Das träfe dann vor allem kleinere Verlage unmittelbar, die sich ein Korrespondenten-Netz im In- wie im Ausland schon heute nicht mehr leisten können. Eine unabhängige, deutschsprachige Nachrichtenagentur halte ich allerdings für unverzichtbar. Zu prüfen ist deshalb, ob nicht beispielsweise über ein Stiftungsmodell die journalistische Arbeit einer unabhängigen und von Verlagen getragenen Nachrichtenagentur gesichert werden kann.

Auch im Bereich der Journalistenausbildung und -weiterbildung können vor allem die Länder mehr Akzente setzen. Auch das ist aus meiner Sicht ein wichtiger Beitrag, um die Zeitungslandschaft mit ihrem Qualitätsjournalismus zu sichern. Konkret: Mehr Lehrstühle an Hochschulen, um den Prozess der Deprofessionalisierung entgegenzuwirken.

Das Thema Pressefusionskontrolle ist - und bleibt - in diesem Kontext umstritten, da niemand prognostizieren kann, welche tatsächlichen Auswirkungen auf die Vielfalt beispielsweise eine Veränderung des Aufgreifkriteriums haben wird. Voraussetzung ist: Die Verlage müssen abgestimmte Vorschläge unterbreiten. Erst wenn diese Vorschläge vorliegen, kann ein politischer Beratungsprozess in Gang gesetzt werden. Dann wäre aus Sicht der Medienkommission die SPD offen für solche Gespräche, zumal CDU/CSU und SPD in der Koalitionsvereinbarung verabredet haben, hier gegebenenfalls zu Veränderungen zu kommen. Für interessant halte ich einen Vorschlag zum Thema Nachbarschaftsfusionen. Sollte diese Idee mit der konkreten Verpflichtung, redaktionelle Einheiten und Titel zu erhalten, einhergehen, wäre dies auch ein Beitrag zur Vielfaltsicherung. Mit Blick auf Kooperationen agieren viele Verlage bereits in einer Art Grauzone. Hier zu klaren und verbindlichen Regelungen zu kommen, halte ich deshalb für erforderlich.

Die Digitalisierung ermöglicht es auch, dass neue gesellschaftliche Debatten an Orten entstehen, die für manche tatsächlich Neuland sind. Das ist immer dann eine Bereicherung für die öffentliche und politische Kommunikation, wenn die Beiträge über eine reine Selbstdarstellung des Einzelnen hinausgehen. Wir brauchen mehr Orte für die Diskussion der öffentlichen Sache. Diese Entwicklung wird die Arbeit qualifizierter Journalistinnen und Journalisten nie ersetzen. Inhalte, die Orientie-



rung bieten, sind auch in der digitalen Welt gefragt - und diese Inhalte werden vor allem von qualifizierten Journalistinnen und Journalisten produziert. Dass sich die Arbeitswelt von Journalisten enorm verändert hat, ist ebenfalls dem Prozess der Digitalisierung geschuldet. An den Grundlagen des Berufes ändert dies jedoch nichts. Die Debatte über den eigenen Berufsstand ist daher unverzichtbar. Für beispielhaft halte ich hier die Arbeit des „Netzwerk Recherche“ mit der Erarbeitung eines Ehrenkodex‘, wichtige Impulse kommen vom DJV, verdi und dem Deutschen Fachjournalisten-Verband. In einem Punkt muss ich den Positionen des DFJV allerdings ausdrücklich widersprechen. Spätestens seit der wegweisenden Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts zur Beteiligung politischer Parteien an Medien wäre

es an der Zeit, die Position des DFJV zu korrigieren. Die Beteiligungen der SPD über die ddivg sind transparent und nachvollziehbar - und wer glaubt, dass darüber eine politische Beeinflussung erfolge, der unterschätzt die Unabhängigkeit qualifizierter Journalistinnen und Journalisten. Aber zugegeben: Das ist ein anderes Kapitel. (Dazu auch: Reffken, Politische Parteien und ihre Beteiligungen an Medienunternehmen).

Der Autor

Marc Jan Eumann MdL, stellvertretender Vorsitzender der SPD-Landtagsfraktion NRW und Vorsitzender der Medienkommission beim SPD-Parteivorstand.



Journalismus ist Kreativität

Wer aus dieser Finanz- und Wirtschaftskrise herausfinden will, darf nicht mit Einzelmaßnahmen von Branche zu Branche springen, sondern muss sich grundsätzlich auf die Stärken unserer sozialen Marktwirtschaft zurück besinnen.

Liberalismus will Menschlichkeit durch Vielfalt. Freiheit ist Vielfalt. Die Dynamik der Freiheit entfaltet sich gleichermaßen auf dem Markt der Ideen, Entwürfe und Lösungen, wie in der sozialen Marktwirtschaft der Interessen und Güter. Gesellschaftliche Freiheit und wirtschaftliche Freiheit bedingen einander und fördern sich in unserer sozialen Marktwirtschaft gegenseitig.

Von allen anderen Parteien hören wir, der Staat könne sich Steuergeschenke nicht leisten. Die Sprache verrät das Denken. Eine Regierung, die Steuersenkungen als Steuergeschenke bezeichnet, macht sich selbst zum Herrscher und den Bürger zum Untertanen. Das Brutto gehöre sozusagen dem Staat, das Netto werde dem Bürger gnädig zugeteilt. Politiker, die so reden, leben in der Gedankenwelt des Obrigkeitsstaates, Bürger, die sich solche Reden gefallen lassen, machen sich selbst zum Taschengeldempfänger. Unser freiheitliches Immunsystem funktioniert nicht mehr ausreichend. Politik ist der Treuhänder der vom Bürger anvertrauten Mittel. Und deswegen ist die Steuerlast nicht bloß eine Frage der Technik und

der Wirtschaft. Es ist auch und zuerst ein Freiheitsthema. Und es ist ein Gerechtigkeitsthema: Wer die Leistungsgerechtigkeit vernachlässigt, wird die soziale Gerechtigkeit als erstes verlieren, weil alles, was verteilt werden soll, vorher erwirtschaftet werden muss.

Alle Anbieter von Medien und Presse und ihre Beschäftigten sind maßgeblich auf die Finanzierung ihrer Angebote durch Werbung angewiesen. Einschränkungen oder gar Verbote bestimmter Medienformen und -inhalte haben direkte negative Konsequenzen für die Medienvielfalt. Die FDP spricht sich daher gegen weitere Verbote und Beschränkungen aus. Bestehende Vorgaben müssen auf ihre Effektivität sowie auf ihre gewünschte Wirkung hin überprüft und gegebenenfalls abgeschafft werden. Darüber hinaus sollten Werbevorschriften für private Medienanbieter insgesamt verbessert werden.

Das geltende Internetrecht ist hoffnungslos veraltet. Daraus folgt eine Rechtsunsicherheit sowohl bei Anbietern von Telemedien als auch bei den Bürgern in der Informationsgesellschaft insgesamt. In der Praxis betroffen sind von diesem Problem auch Anbieter von Online-Medien, etwa bei Fragen der Forenhaftung. Die FDP fordert daher eine sofortige Anpassung des Telemediengesetzes. Sie hat einen entsprechenden Gesetzentwurf in den Deut-