

Von Barbara Meili

Demokratie braucht qualitativ hochstehende Medien

Unter Referenten wie Teilnehmenden herrschte Einigkeit: Die Demokratie ist auf Massenmedien von guter Qualität mit breiter Meinungsvielfalt angewiesen. Tageszeitungen, während Jahrzehnten das Kernelement im Demokratiesystem, sind heute allerdings wirtschaftlich stark bedroht. Doch haben die demokratierelevanten Medien auch nach der digitalen Revolution noch eine Chance? Diese Frage behandelte der Jahreszyklus des Aktionsfeldes Medien & Kommunikation, der im November abgeschlossen wurde.

«Egal, ob online oder offline: Demokratierelevante Medien entstehen nur auf Redaktionen, die auf Dauer angelegt sind, kontinuierlich arbeiten und die Inhalte mit journalistischer Professionalität aufbereiten. Solche Strukturen haben naturgemäss ihren Preis.» So skizzierten Dr. Matthias Künzler und Dr. Manuel Puppis die Ausgangslage in ihrem Referat «Finanzierungs- und Organisationsmodelle für Qualitätsmedien», das die Lilienberg Tagung

vom 9. November einleitete. Konsens bestand unter allen Anwesenden, dass die Demokratie auf Massenmedien angewiesen ist, die von guter Qualität sind und ein breites Meinungsspektrum abdecken. Doch insbesondere die Tageszeitungen, in der Vergangenheit stets das Kernelement im System, sind heute wirtschaftlich bedroht. Die meisten Online-Medien – zum Beispiel Blogs und soziale Netzwerke – können diese Lücke nicht schliessen, da sie nicht die Funktion journalistischer Massenmedien erfüllen, die sich mit einem universellen Themenangebot an breite Bevölkerungsschichten wenden. Vielmehr konkurrenzieren manche Online-Medien als Gratisangebote die bezahlten Print-Titel, unter deren Marken sie sich profilieren.

Breite Palette von Finanzierungsmodellen

Die Branche hat bisher keine nachhaltigen Lösungen für dieses Problem gefunden; Politik und Gesellschaft sind deshalb gefordert. Matthias Künzler und Manuel Puppis, Oberassistenten

am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich, stellten eine breite Palette von Modellen vor, mit denen sich Medien in der Schweiz und in anderen Märkten finanzieren. Neben den bekannten Einnahmequellen, Anzeigen und Abonnemente sowie öffentliche Finanzierung (Rundfunkgebühr, Presseförderung), gibt es auch die Möglichkeit von Stiftungen und Spenden oder Freiwilligenarbeit. Private Eigentümer können ihren unternehmerischen Spielraum nutzen: Mittel von Gönnern organisieren, sich mit Rundfunkvorhaben um einen Leistungsauftrag der öffentlichen Hand bewerben – oder sich mit bescheideneren Renditen begnügen.

Die Referenten erinnerten an zwei Beispiele, die am 31. August auf Lilienberg vorgestellt worden waren: die genossenschaftlich organisierte «Wochenzeitung» (WOZ) und die anzeigenfinanzierte «Neue Rottweiler Zeitung» in Süddeutschland, die als politisch relevante Stimme ein Zeitungsmonopol in ihrer Region brechen konnte.

Tele Top will publizistisches Gegengewicht schaffen

Auch Dr. Günter Heuberger, dem Geschäftsführer der Top-Medien AG, ist die institutionelle Vielfalt ein grosses Anliegen. Er teilt den Grundgedanken des Service public, dass die Versorgung mit staatsbürgerlich relevanten Radio- und TV-Angeboten in allen Regionen sichergestellt sein muss. Der Winterthurer Medienunternehmer liess die Geschichte des privaten Rundfunks in der Schweiz Revue passieren und ordnete darin sein Tele Top ein. Dieses hatte 2008 die Sendekonzession für die Kantone Schaffhausen, Thurgau und Zürich erhalten und das bekanntere Tele Züri des Tamedia-Verlags ausgestochen. Günter Heuberger ist sich der damit verbundenen Verantwortung bewusst: «Wer eine Konzession will, wird über ein endliches Gut verfügen und muss deshalb einen Leistungsauftrag erfüllen.» Tele Top hat dementsprechend tragfähige Organisations- und Qualitätssicherungsstrukturen etabliert.

Mit Stolz verwies Günter Heuberger auf eine Studie, die Tele Top ein sehr gutes Zeugnis für die Regionalberichterstattung ausstellt. Er will mit den Top

Medien auch langfristig ein publizistisches Gegengewicht zu den grossen Medienkonzernen schaffen und einen regional relevanten, unabhängigen Journalismus gewährleisten.

Konzentration gefährdet Meinungsvielfalt

Welche Szenarien entwickelt die Politik, um die Existenz demokratierelevanter Medien sicherzustellen? Darüber diskutierten Martin Baltisser, Generalsekretär der SVP Schweiz und Vorstandsmitglied der Aktion Medienfreiheit, sowie der Schaffhauser SP-Nationalrat und Verleger Hans-Jürg Fehr in der von Christoph Vollenweider moderierten Debatte. Obwohl aus verschiedenen politischen Lagern, waren sich beide Exponenten in wesentlichen Punkten einig: Die Meinungsvielfalt ist durch die Konzentration der Medienunternehmen am Schwinden; die strukturellen Probleme bei den Tageszeitungen bilden eine wachsende Gefahr für die Demokratie. Ein Marktversagen ist unverkennbar. Allerdings haben die beiden Politiker unterschiedliche Vorstellungen von Lösungswegen. Hans-Jürg Fehr macht sich stark für eine effizientere staatliche Presseförderung sowie eine «Content Tax», die gewährleisten



Martin Wagner.

soll, dass die Redaktionen und nicht die Suchmaschinen an den Qualitätsinhalten verdienen.

Martin Baltisser verschliesst sich der Diskussion über staatliche Handlungsoptionen nicht, warnt jedoch vor Struktur-erhaltung und Giesskannenlösungen, die per se weder Monopole brechen noch Meinungsvielfalt garantieren.

Regionaljournalismus als Stützpfiler der Demokratie

Martin Wagner, zum Zeitpunkt der Veranstaltung auf Lilienberg noch Verleger und Verwaltungsratspräsident der Basler Zeitung Medien AG, erläuterte im Gespräch mit Christoph Vollenweider die Grundregeln für guten Journalismus, die Rolle des Journalismus in der Demokratie und seine Vision der künftigen Medienlandschaft. Wagner rechnet damit, dass die Nachfrage nach Qualitätsinhalten ungebrochen ist, sich jedoch von den gedruckten Medien noch viel mehr in den Online-Bereich verlagern wird. Die Audio- und Video-berichterstattung werde zunehmend «on demand» genutzt, also nicht mehr zu den Programmzeiten der Radio- und TV-Sender. Sinnvoll findet Wagner,

wenn den Medienkonsumenten künftig noch mehr personalisierte Wahlmöglichkeiten geboten werden, beispielsweise Print-Abos für einzelne Wochentage oder Push-Dienste für ausgewählte Themen. Wie bei einem herkömmlichen Zeitungsabonnement auch, so bekommt der User von sogenannten Push-Diensten seine bestellten Informationen frei Haus geliefert. In vordefinierten oder definierbaren Intervallen erhält der Nutzer Nachrichten von bestimmten Anbietern zu gewünschten Themen.

Auf die Frage des Moderators, was ihn als Quereinsteiger in die Branche am meisten überrascht habe, meinte Martin Wagner: «Der Negativismus der Exponenten, vor allem was die Überlebensfähigkeit der Tageszeitungen betrifft. Da sollte die Medienszene positiver gestimmt sein und dies auch ausstrahlen.»



Referenten und Moderatoren vor der Remise (von links): Dr. Matthias Künzler, Dr. Manuel Puppis, Christoph Vollenweider, Dr. Barbara Meili, Martin Baltisser, Nationalrat Hans-Jürg Fehr und Dr. Günter Heuberger.

Zyklus «Haben demokratierelevante Medien nach der digitalen Revolution noch eine Chance?»; Lilienberg Kolloquium vom 31. August 2010, «Erfolgsmodelle für Qualitätsmedien: Best Practice aus der Print- und der Online-Welt», mit Susan Boos, Mitglied der Redaktionsleitung «Die Wochenzeitung» (WOZ), und Peter Arnegger, Herausgeber und Chefredakteur «Neue Rottweiler Zeitung»; Moderation: Dr. Barbara Meili und Werner Schwarzwälder (Aktionsfeld Medien & Kommunikation); Lilienberg Tagung vom 9. November 2010, «Wie können sich demokratierelevante Medien finanzieren? Auf der Suche nach neuen Modellen», mit Martin Baltisser, Generalsekretär SVP Schweiz und Vorstandsmitglied der Aktion Medienfreiheit, SP-Nationalrat Hans-Jürg Fehr,

Dr. Günter Heuberger, Geschäftsführer Top-Medien, Dr. Matthias Künzler, Oberassistent am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich, Dr. Manuel Puppis, Oberassistent am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich; Moderation: Dr. Barbara Meili und Christoph Vollenweider (Aktionsfeld Medien & Kommunikation); Ausserordentliches Gespräch vom 9. November 2010, «Die Bedeutung eines Regionalverlages für demokratische Prozesse am Beispiel der Basler Zeitung Medien AG», mit Martin Wagner, ehemaliger Verleger, Präsident des Verwaltungsrates Basler Zeitung Medien; Moderation: Christoph Vollenweider (Aktionsfeld Medien & Kommunikation).

Mit zehn Regeln zum guten Journalisten

Ohne Journalismus keine Aufklärung, und ohne Aufklärung keine Demokratie. Die Bürger verantwortungsvoll aufzuklären, sie durch gut recherchierte Artikel zu informieren und damit eine intellektuelle Dienstleistung zu erbringen: Dies ist die zentrale Aufgabe der Journalistinnen und Journalisten – oder sie müsste es zumindest sein. Doch welche Grundvoraussetzungen muss ein Journalist erfüllen, um von sich behaupten zu können, ein guter Journalist zu sein, der seine Kernaufgabe tatsächlich wahrnehmen kann? Martin Wagner formulierte zum Abschluss des Zyklus auf Lilienberg zehn Grundsätze. Wagner ist zwar heute nicht mehr Verleger der Basler Zeitung Medien AG. Seine Grundsätze haben jedoch trotzdem noch ihre Gültigkeit. Sie decken sich übrigens weitgehend mit den Empfehlungen und Richtlinien des Presserates.

1. Gute Journalisten sind dem Wahrheitsprinzip verpflichtet. Sie schaffen bei den Leserinnen und Lesern Vertrauen, indem sie stets korrekt und fair berichten, ohne die Geschichte, die sie schreiben, aufzubauschen. Inhaltliche Fehler werden umgehend berichtigt.
2. Gute Journalisten verhalten sich einzig gegenüber ihren Leserinnen und Lesern loyal.
3. Gute Journalisten stehen zum Prinzip der Verifizierung. Sie verlassen sich nicht blindlings darauf, dass die Informationen, die sie – von wem auch immer – erhalten, wirklich stimmen. Auch schreiben sie nicht fremde Texte ab, ohne zuerst genau zu überprüfen, dass deren Inhalt korrekt ist.
4. Gute Journalisten betreiben keine Hofberichterstattung. Sie schreiben unabhängig und kritisch – auch über Firmen und Institutionen, mit denen das eigene Medienunternehmen eine enge Zusammenarbeit im Anzeigenbereich pflegt.
5. Gute Journalisten bieten in ihrem Medium ein Forum für öffentliche Kritik an. Damit entsteht ein interaktiver Dialog zwischen Journalisten und Leser.
6. Gute Journalisten erkennen das Wesentliche, das sie möglichst interessant darstellen. Sie schreiben verständlich – und zwar für jedermann.
7. Gute Journalisten gewichten ihre Artikel so, dass sie leserfreundlich sind. Kein Leser kämpft sich durch eine «Bleiwüste».
8. Gute Journalisten sind kreativ. Sie bilden sich eine eigene Meinung, die sie nach aussen vertreten. Ihre Texte sind nicht ein blosses Aneinanderreihen und Zusammensetzen von Textpassagen, die ihnen die Nachrichten- und PR-Agenturen ins Haus liefern.
9. Gute Journalisten trennen die Berichterstattung und den persönlichen Kommentar strikte. Wer den (objektiv gehaltenen) Artikel zu einem Thema verfasst, überlässt die allfällige Kommentierung desselben Themas einem Berufskollegen.
10. Gute Journalisten halten konsequent die medienethischen und medienrechtlichen Regeln und Grundsätze hoch. Zitate und Interviews lassen sie gegenlesen und autorisieren.

«Wer als Journalist arbeiten will, muss diese zehn Regeln konsequent befolgen», sagte Martin Wagner und erntete dabei Zustimmung im Lilienberg Publikum. Dabei handle es sich um Regeln, die für Journalisten eigentlich seit Jahrzehnten gelten. Dennoch habe sich das Berufsbild des Journalisten in jüngster Vergangenheit stark verändert. «Und es wird sich noch weiter verändern.» Zwar gebe es auch heute noch Spezialisten für einzelne Themen und Gebiete, beispielsweise in den Bereichen Wirtschaft und Wissenschaft. Wagner: «Gefragt sind – in einer immer digitalisierteren Welt – aber hauptsächlich Multi-Facetten-Journalisten, die fähig sind, crossmedial zu arbeiten, das heisst, gleichzeitig Beiträge für das Print-, das Online- und das Audiomedium eines Medienunternehmens zu realisieren.»