
Podiumsdiskussion I „Rendite statt Recherche: Ist der Journalismus noch zu retten?“

mit Jakob Augstein (Freitag), Hans-Jürgen Jakobs (sueddeutsche.de), Stefan Niggemeier (Medienjournalist), Robin Meyer-Lucht (Berlin Institute) und Wolfgang Michal (Journalist). Moderation: Benno Stieber (Freischreiber)

„Für Journalisten wird es nicht so fröhlich“

von Manuel Berkel

Jakob Augstein musste das wohl einfach mal loswerden. Der Saal diskutiert gerade das Thema „Rendite statt Recherche: Ist der Journalismus noch zu retten?“ und das Publikum hat die Frage abgeändert in „Sind die Honorare freier Journalisten noch zu retten?“ Es geht wie so oft ums Geld, um Honorare für Autoren, und da platzt es aus dem Verleger der Wochenzeitung Freitag heraus: „Gut, ich leg’ mich jetzt mit dem ganzen Saal an, warum auch nicht?“, fragt Augstein, schiebt die Mundwinkel zusammen und die Augenbrauen hoch und sagt: „Unsere Autoren müssen sich ihr Geld woanders verdienen.“ Kein anderes Zitat der Jahrestagung von Netzwerk Recherche fand sich anschließend so oft auf Twitter wie Augsteins gezielte Provokation. Wahrscheinlich deshalb, weil der Satz die Frage aufzeigt, die recherchierende Journalisten derzeit am stärksten umtreibt: Lohnt sich Recherche angesichts sinkender Auflagenzahlen und Werbeumsätze noch? Und zwar sowohl für Verlage als auch für die Journalisten selbst?

Die Diskussion, was den recherchierenden Journalismus gefährde, kreiste schnell um die vermeintliche Bedrohung durch kostenlose Web-Inhalte. Am pointiertesten wurde ausgerechnet Blogger Stefan Niggemeier. Selbst Falschmeldungen würden mit Klicks belohnt, gründlich recherchierte Stücke nicht, meinte der Mitbegründer von bildblog. Augstein hielt dagegen: Ist die Glaubwürdigkeit durch Falschmeldungen nicht schnell verspielt? Bleiben dann nicht die Nutzer weg? Niggemeier blieb – was das Web angeht – skeptisch: „Leser sind nicht so streng.“ Ist Recherche also ökonomisch nur nachteilig?

Sie kann zumindest eine Bedingung dafür sein, dass Medien ein eigenes Profil entwickeln. Die Zeiten des immer gleichen Inhalts, der in mehreren Titeln zu finden ist, seien jedenfalls vorüber, stellte der Medienwissenschaftler Robin Meyer-Lucht fest. Medien müssten sich durch Recherche unterscheidbarer machen, forderte der Medienjournalist und Chefredakteur von sueddeutsche.de, Hans-Jürgen Jakobs. „Das Geschäftsmodell, Zeitung für Anzeigenkunden zu machen, ist am Ende. Wir müssen wieder mehr an den Leser denken.“ Für Printprodukte würde das bedeuten, den Verkaufspreis zu erhöhen. Wie sich Internet-Angebote

finanzieren lassen und welche neuen Angebote Journalisten ihren Lesern konkret machen können, darauf hatten auch die Diskussionsteilnehmer keine letztgültige Antwort.

Auf die Möglichkeit der Spezialisierung verwies Stefan Niggemeier. Ein Angebot wie heise.de, das sich auf das Thema Computer spezialisiert hat, sei erfolgreicher als alle, die bloß spiegel.de nacheifern. Robin Meyer-Lucht riet dazu, Ressourcen außerhalb des Journalismus zu nutzen. Ein Beispiel hatte kurz zuvor die durch Spenden und Stiftungen finanzierte private Organisation LobbyControl geliefert, die den PR-Skandal bei der Deutschen Bahn aufdeckte. Der Journalist Wolfgang Michal warb für Gebühren wie beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk, war damit auf dem Podium aber ziemlich alleine.

Ein „Horrorzenario“ wäre das für Jakob Augstein. Ein Gebührensystem töte Kreativität und führe dazu, dass sich Journalisten großen Körperschaften andienen. Dabei gehe der Trend gerade in die umgekehrte Richtung, meinte Augstein, das Internet beseitige ja gerade Hierarchien. Stefan Niggemeier fragte weiter, wer denn dann entscheiden würde, welche Angebote wie viel Geld bekommen? Nein, das öffentlich-rechtliche Gebührensystem war für die meisten Diskussionsteilnehmer kein Vorbild.

Blieb noch die Frage vom Anfang, wie die Zukunft für die Journalisten selbst aussieht, vor allem finanziell. Eine schlechte Botschaft hatte Medienwissenschaftler Meyer-Lucht: Wenn nun die Überproduktion abgebaut wird, fallen eben auch viele Stellen weg. Nur eine geringe Hilfe dürfte da der Rat von Wolfgang Michal an Journalisten gewesen sein, sich zu Autorengruppen zusammenzuschließen und eigene Informationsangebote zu starten. Die vermeintlichen Vorbilder – also die Büros entlassener Lokaljournalisten – kämpfen beständig gegen die Pleite an. Journalisten müssten künftig noch flexibler sein, meinte Hans-Jürgen Jakobs. Und Jakob Augstein fasste die Zukunft des Journalismus so zusammen: „Für Journalisten wird es nicht so fröhlich, aber für die Leser wird es besser.“

Manuel Berkel ist freier Journalist in Berlin