

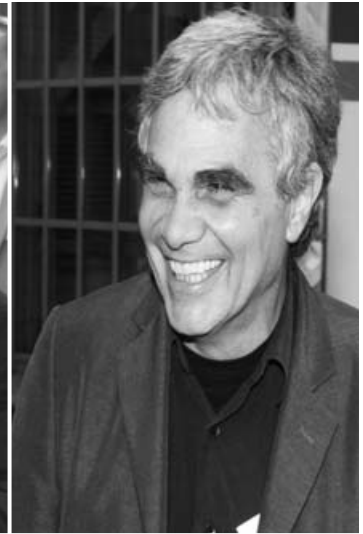
Journalismus zwischen Morgen und Grauen

Dokumentation

der Jahreskonferenz netzwerk recherche e. V.

5. und 6. Juni, Hamburg 2009





*„Mich interessiert vor allem die Zukunft,
denn das ist die Zeit in der ich leben werde.“
Albert Einstein*

Reflexion & Qualitätssicherung

Selbst insgesamt gelungene Projekte leiden oft an zwei grundlegenden Defiziten. Konferenzen werden **vor** Beginn oft inhaltlich nur unzulänglich vorbereitet.

Das „sozializing“ ist wichtiger als die inhaltliche Substanz. Und – die Ergebnisse der Konferenz werden **nach** der Veranstaltung nicht systematisch gesichert. Von diesen beiden Defiziten leben ganze Kolonnen von Coaching-Unternehmen und Team-Entwicklern.

Nicht nur in diesem Jahr können wir uns diese Hilfs-Prothesen sparen. Die Dokumentation mit den Leitfragen und den wichtigsten Thesen können sie unter www.netzwerkrecherche.de abrufen. Die Bewertungen und Zusammenfassungen der panels, die Reden und die Presseauswertung liegen sechs Wochen nach dem Hamburger Kongress vor.

Mit dieser Art der Ergebnissicherung wollen wir wichtige Erkenntnisse konservieren und Anregungen zur Weiterbeschäftigung mit den offenen Fragen bieten.

Der Vorstand von netzwerk recherche hat viele mails, Fragebögen, Rückmeldungen, Kritik und Anregungen zur Jahreskonferenz gesammelt und ausgewertet. Das Fazit: ein rundum sehr positives Echo.

Insgesamt ist die sehr gelungene nr-Jahreskonferenz das Ergebnis einer großartigen Gemeinschaftsleistung. Das Prinzip der dezentralen Verantwortung, Planung und Mitwirkung von Vielen hat sich bewährt. Mit dieser Schwarmintelligenz wurde mehr bewegt, als manche Agenturen leisten könnten. Der Erfolg der Veranstaltung ist der Dank an alle, die – wo auch immer – mitgewirkt haben. Das ehrenamtlich gestaltete Projekt hat ein hohes Niveau und eine sichtbare Professionalität erreicht. Die meisten Programm-Säulen haben optimal funktioniert, waren ertragreich und inspirierend. Die Kooperation mit dem ReporterForum verlief optimal und sollte dringend fortgesetzt werden. Die Zusammenarbeit mit dem NDR und den vielen sichtbaren und unsichtbaren „helping hands“ – von den Technikern, bis zum Intendanten und dem Kantinenwirt ... – ist sehr positiv zu bewerten.

An diesem gemeinsamen Erfolg wollen wir anknüpfen, damit die Konferenz 2010 „von Journalisten für Journalisten“ wieder die richtigen Themen zur richtigen Zeit aufgreift und vertieft.

Alle die im kommenden Jahr mitwirken, ein Panel gestalten oder eine Themen-Idee präsentieren wollen, sind Ende Januar/Anfang Februar 2010 zu einem offenen Vorbereitungstreffen nach Frankfurt/Main eingeladen. Hier entsteht das Programm-Raster für Juni 2010. Hoffentlich mit ihrer Hilfe, ihren Ideen und Impulsen. Frei nach dem Motto: „Wenn Du eine hilfreiche Hand brauchst, suche sie am Ende Deines Armes.“ Diese orientalische Weisheit wäre hier das Motto für „Alle Anderen.“

Vorstand netzwerk recherche e. V.


Dr. Thomas Leif

Vorwort

3 Reflexion & Qualitätssicherung *Thomas Leif*

Freitag, 05.06.09

- 7 **Von Formeln und Sätzen** / *Katrin Blum*
„Die Kunst des Reports –
Warum es oft klüger ist, keine Reportage zu schreiben“
- 9 **The Daily Show** / *Nora Marie Zaremba*
Der Obama-Kult: Reportagen aus dem neuen Amerika
- 10 **Nur ahnungslos, keinesfalls leichtgläubig** / *Carina Körner*
„Bankraub“ – Die Wirtschaftsreportage als Erklärstück
- 11 **Die Schönschreiberei ist vorbei** / *Sabrina Kurth*
„Was treibt einen Reporter an?“
- 12 **Schneller, billiger – schlechter** / *Louisa Thomas*
„Kompetenz in Not – Reporter zwischen Krisen und Katastrophen“
- 14 **Die Welt weiß nicht, was in der Welt los ist** / *Anne Weißschädel*
„Früher war alles besser!“ – Auslandsberichterstattung früher und heute
- 15 **Nur mit Lächeln kommen wir nicht weiter** / *Juana Guschl*
„Warum nur so wenige? Frauenkarrieren im Journalismus“
- 16 **Wenn Zeitgeschichte lebendig wird** / *Saskia Reis*
„Fiction First – Recherche als Film“
- 17 **Im Dschungel des Zynismus** / *Anja Breljak*
„Die Bahn, die Manipulation, die Journalisten –
Wie die Medien auf Kampagnen reinfallen“
- 18 **„Leyendeckerchen, mach dich nicht so wichtig!“** / *Lasse Osteneck*
„Recherche als Beruf“
- 19 **Mit langem Atem gegen die Mafia** / *Kolja Robra*
„Mafialand Deutschland“
- 21 **Bei den Neonazis auf der Dartscheibe** / *Björn Ahrend*
„Von Rechten, Rockern und Recherchen. Crossmedial bei Rechtsradikalen“
- 22 **„Guten Morgen Afghanistan“ –
Dreharbeiten zwischen Angst und Alltag** / *Ronja von Wurmb-Seibel*
„Leben und Sterben für Kabul“
- 23 **Die Wahrheit? Und wenn ja, wie viele?** / *Désirée Therre*
„Lernen von den Profis – Vernehmen, Interviewen, Befragen“
- 25 **Besserwisser von Beruf** / *Hanne Detel*
„Die Fehler-Finder – Fact-Checking im Journalismus“
- 27 **Her mit der Kohle!** / *Selina Byfield*
„Viel Lob, keine Kohle – Wie Freie besser verhandeln können“
- 29 **Perle statt Auster** / *Cornelia Lütke-meier*
„Europaweite Ausschreibungen als Recherchequelle“
- 31 **Unzensurierte Transparenz** / *Sabine Probst*
„WikiLeaks – Wie funktioniert es und welche Konsequenzen hat es?“

Samstag, 06.06.09

- 34 **Wenn die Riesen wanken** / *Thomas Tacke*
„Angst um Jobs und Inhalte – die Medien in der Krise“
- 35 **Die Krise als Chance?** / *Susanne Hefekäuser*
„‘Nachher wussten sie alles.’
Das Versagen des Wirtschaftsjournalismus“
- 36 **Zurück zu alten Tugenden** / *Lazar Backovic*
„Die Macht der PR-Industrie und die Rolle der ‘Churnalisten’“ |
„Gib dem Affen Zucker! Medien, Politik und PR in der Inszenierungsfalle?“
- 37 **Zwischen Öffentlichkeit und Opferinteressen** / *Oskar Piegsa*
„Geklaute Fotos, verletzte Intimsphäre – Medien ohne Moral?“
- 38 **Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser** / *David Huth*
„Blindes Vertrauen? Experten im Unabhängigkeitstest“ |
„Lohnende Recherche – Wie finde ich einen echten Experten?“
- 41 **„Für Journalisten wird es nicht so fröhlich“** / *Manuel Berkel*
„Rendite statt Recherche: Ist der Journalismus noch zu retten?“
- 42 **Klärungsbedarf** / *Katja Scherer*
„Recherche beim ZDF“
- 43 **Die Weltwahrnehmung des Bloggers** / *Anne Meyer*
„Recherche für Blogs“
- 46 **Schwierigkeiten der Dopingrecherche** / *Niklas Schenck*
„Doping auf der Spur“
- 48 **Freisein – Journalismus als Selbstorganisationsprojekt**
Markus Wanzeck
„Navigation im Freien-Dschungel“
- 49 **Es geht nicht ohne** / *Ralf Garmatter*
„Streit um Agenturen“
- 50 **Halbwissen oder Spezialistentum?** / *Alexander Matschke*
„Das Was-mit-Medien-Curriculum“
- 51 **Rasterfahndung für Journalisten**
Jörg Oberwittler
„Informationsbeschaffung ohne Google“

Reden

- 53 **Sind Zeitungen systemrelevant?** / *Heribert Prantl*
- 59 **Laudatio auf den Gewinner der verschlossenen Auster:**
Bundesverband deutscher Banken (BdB)
Prof. Dr. Rudolf Hickel
- 62 **Gegenrede**
Prof. Dr. Manfred Weber

Anhang

- 65 **Pressespiegel**
- 84 **Impressum**



Reporter-Forum I „Die Kunst des Reports – Warum es oft klüger ist, keine Reportage zu schreiben“
mit Cordt Schnibben (Der Spiegel)

Von Formeln und Sätzen

von Katrin Blum

Der Held dieses Textes heißt Cordt Schnibben. Ein Mann, der vielleicht gerne Mathematiker geworden wäre, sich aber für ein Studium der Wirtschaftswissenschaften entschied und inzwischen das Ressort „Gesellschaft“ des SPIEGEL leitet. Ein Mann, der den Unterschied zwischen Reportage und Report erklären will und sich dabei nichts mehr wünscht, als dass sich seine Zuhörer zwei wichtige Sätze merken werden. Welche das sind, verrät er nicht. Das sollen die Leute selbst herausfinden. Und wer sie ihm am Ende aufsagen kann, dem verspricht Cordt Schnibben ein wertvolles Buch.

Am Anfang steht also ein Wettbewerb, in dem es darum geht, Wichtiges von Unwichtigem unterscheiden zu können. Das ist clever, denn Wettbewerb belebt das Geschäft. Und Cordt Schnibbens Geschäft ist heute, die Teilnehmer zum Zuhören zu bringen. „Ich werde oft gebeten, Reportagen gerade auch von jüngeren Kollegen zu lesen. Und die Leute sind dann immer ganz enttäuscht, wenn ich sage, ja, das ist eine gute Recherche, ja, es ist gut aufgeschrieben, aber es ist keine Reportage.“ Was diesen Texten fehlt: starke Szenen, ein Held, ein Konflikt. „Zu glauben, allein der Wille zur Reportage bringe schon tolle, unvergessliche Stücke hervor, ist ein Irrglaube.“ Für die meisten Themen eigne sich die Reportage als Textform nicht. Eine Reportage habe zwar Stärken. So sei sie anschaulich, berührend, sinnlich, mache den Leser zum Augenzeugen, vermittele das Gefühl, dabei gewesen zu sein, spiegele ein Stück Wirklichkeit durch ein Temperament und liefere Lesespaß. Doch eine Reportage, so Schnibben, habe auch Nachteile, die es häufig einfacher machten, einen Report zu schreiben: Sie ist oberflächlich, sie liefert beschränkte Erkenntnis, sie enthält in der Regel wenig Information und nur wenige Gedanken.

„Vor allem komplizierte Themen mit vielen Personen und Experten sind für einen Report viel eher geeignet.“ Denn ein Report erzählt keine Geschichte, sondern macht ein Thema lesbar, indem er es in Handlung, Informationen und Gedanken auflöst. Er wechselt zwischen Anschauung und Abstraktion, zwischen Schilderung und Schlussfolgerung. Der Report ist umfassend, hintergründig und funktioniert über einen informativen gedanklichen Sog. Die Reportage auf der anderen Seite erzählt exemplarisch, subjektiv, funktioniert über einen erzählerischen Sog. Es geht um wenige Personen, am besten um eine Person, an einem Ort, in einer Stunde. Die Reportage braucht starke Szenen, einen Helden, einen Konflikt.

Wer bei so viel Theorie praktische Beispiele sucht, dem rät Cordt Schnibben, die Internetseite des Henri-Nannen-Preises aufzurufen und die nominierten Texte in den Bereichen „Beste Reportage“ und „Besonders verständliche Berichterstattung“ zu lesen. Und obwohl Schnibben selbst schon mit diesem Preis ausgezeichnet worden ist, als er noch Egon-Erwin-Kisch-Preis hieß, hat er erst kürzlich selbst die Erfahrung gemacht, dass ein Report oft die bessere Wahl ist: Er wollte einen Text über die Krise schreiben. „Denn aus der Finanzkrise ist eine Wirtschaftskrise geworden und daraus eine Gesellschaftskrise. Ich wollte herausfinden, wie die verschiedenen Lager der Bundesrepublik eigentlich verarbeiten, was hier gerade passiert?“

Schnibben las viel, suchte nach seinen Protagonisten und machte sich dann daran, sein Material zu bändigen. „Und dann passierte etwas, das man Reporterglück nennen kann.“ Schnibben saß mit der Linkspartei-Politikerin Sarah Wagenknecht in einem abfahrbereiten Zug, als Frank-Walter Steinmeier hereinkam. Der SPD-Kanzlerkandidat setzte sich, begleitet von etwa zwölf Sicherheitsleuten, drei Meter entfernt in denselben Großraumwagen. „Das ist eine Falle, die für die Schreiber von Reports genauso gilt wie für die Schreiber von Reportagen: Man ist dann so begeistert von diesem historischen Zufall, an dem man teilhaben darf, dass man glaubt –, und man lässt es sich auch durch keinen ausreden – dass dies eigentlich die zentrale Szene ist: Der Kanzlerkandidat trifft auf die große Denkerin des Antikapitalismus.“

Schnibben schrieb eine Reportage, ließ sie zwei, drei Tage liegen, las sie wieder – und war enttäuscht. „Was war passiert? Die Geschichte war einfach dem Thema nicht angemessen. Es las sich gut, erzählte aber zu wenig. Und das ist ein Punkt, an dem man leidet. Ich leide auch immer noch.“ Schnibbens Text erschien in Ausgabe 20/2009 – als Report. Er trug den Namen „Lob der Gier“ und war wie alle Reports aufgeteilt in die folgenden drei Akte.

1. Akt: Neugier. „Im ersten Akt hat der Report die gleiche Aufgabe wie die Reportage: Er muss Neugier erzeugen. Dieser Akt ist enorm wichtig.“ Denn Leser entscheiden innerhalb der ersten Absätze, ob sie etwas weiter lesen oder nicht. „Bei einem Report, der einen wichtigen Stoff erzählt, ist es viel wichtiger, gut anzufangen, sonst haben Sie Leser verloren.“ Nachdem Cordt Schnibben das gesagt hat, wird sein Hang zur Mathematik das erste Mal deutlich, denn er präsentiert seine Formel für den perfekten ersten Akt:

STTS. Das hört sich gut an und meint: Szene, Thema, These, Szene. Nach Schnibbens Meinung nach ist das in 80 Prozent der Fälle der richtige Weg, einen Report anzufangen. Wer allerdings keine tolle Szene für den Anfang habe, der solle nicht anfangen, sich eine Szene zusammenzubasteln, nur um diese Formel zu erfüllen.

2. Akt: Balance. Balance zwischen Informationen, Szenen, Gedanken und Experten. Nicht zu viele Informationen, nicht zu lange Szenen, nicht zu lange Gedanken und auch nicht zu viele Personen. „Ein guter Report pumpt. Er ist wie ein Herzschlag zwischen Anschaulichkeit und Abstraktem, zwischen Sinnlichem und Informationen.“

3. Akt: Happy End. Der Text findet ein Ende entweder mit einer Szene, einer Bilanz oder einem Cliffhanger, der einen

das wertvolle Buch für denjenigen, der die zwei wichtigsten Sätze nennen kann – schlagen ihm ein Dutzend Zuhörer 21 verschiedene Sätze vor. Cordt Schnibben ist zufrieden, doch muss sie alle enttäuschen: „Die beiden wichtigen Sätze kommen erst noch.“

Dann teilt er Blätter aus, auf denen zwei Formeln stehen. Man könnte sie auch den Ersten und den Zweiten Satz des Schnibben nennen. Sie heißen:

Die Reportageformel:

$$R = (SZ + I / P + O + St) \times 1/Z \times (Saq + Slr / ZA) + F^2 + G - E - L + Sx.$$

Und die Reportformel:

$$R = (I + G) / (E + SZ) = 1.$$

Die Reportageformel

$$R = \left(\frac{Iq}{Z} \right) \cdot Sq + F^2 + G - E - L + Sx$$

$$R = \left(\frac{SZ + I}{P + O + St} \right) \cdot \frac{1}{Z} \cdot \left(\frac{Saq + Slr}{ZA} \right) + F^2 + G - E - L + Sx$$

Iq = Inhaltsquotient

SZ = Szenenzahl

P = Personen

O = Orte

St = Stunden

Z = Zeilen

Sq = Stilquotient

Saq = Satzabstandsquotient

Slr = Satzlängenrhythmus

ZA = Zahl der Adjektive

E = Experten

F = Flow

G = Gedanken

I = Information

L = Leichen

Sx = Sex

Die Reportformel

$$R = \frac{I + G}{E + SZ} = 1$$

Ausblick auf die kommenden Monate gibt. Schnibben: „Wenn man Glück hat, steht man dabei da als großer Seher.“

Fürs Erste muss sich Cordt Schnibben damit begnügen, ein großer Redner zu sein, der ein aufmerksames Publikum hat. Denn als er fertig ist und zur Preisverleihung kommt –

Daraus lassen sich zwei Dinge ableiten. Erstens: Ein Report scheint auf den ersten Blick einfacher zu sein als eine Reportage. Und zweitens: An Cordt Schnibben ist definitiv ein Mathematiker verloren gegangen.

Katrin Blum ist freie Journalistin in Berlin.

Reporter-Forum I „Der Obama-Kult: Reportagen aus dem neuen Amerika“

mit Klaus Brinkbäumer (Der Spiegel)

The Daily Show

von Nora Marie Zaremba

Den Anfang machte standesgemäß er – Barack Obama: „Keep the Americans save. That’s the first thing I think about when I wake up in the morning.“ Dann folgte Ex-Präsident Bush: „I wake up every morning thinking about how best to protect America.“ Lacher im Publikum. So ähnlich ist also die Rhetorik zweier angeblich vollkommen unterschiedlicher Präsidenten.

Klaus Brinkbäumer, USA-Korrespondent für den Spiegel, zeigte diesen amüsanten Ausschnitt der Politcomedy „The Daily Show“, um in die neue US-amerikanische Informationskultur einzuführen. Trotz des intelligenten Humors der Sendung hätte wohl keiner der Anwesenden „The Daily Show“ zur neuen Hauptinformationsquelle erklärt.

In den USA sieht das anders aus. Ein Massenpublikum schaut „The Daily Show“ von Jon Stewart, „The Late Night Show“ von David Letterman und weitere Politcomedys. Nicht selten betrachtet es die Shows als ausreichende Berichterstattung. Doch welche Konsequenzen hat es, wenn sich große Teile der Supermacht USA zunehmend über Comedy-Sendungen informieren?

Brinkbäumer verfolgt die Entwicklung kritisch. Im Forum nannte er Stewart „einen Kenner der politischen Branche“, warnte aber gleichzeitig vor einer verzerrten Berichterstattung: „Die Sendung ist natürlich zugespitzt und höchst manipulativ“. „Verdummung“ als Folge von solch einseitigem Medienkonsum wollte der Spiegel-Autor nicht ausschließen – setzte dahinter aber ein großes Fragezeichen.

Bevor er überhaupt auf das eigentliche Thema der Veranstaltung, nämlich „Reportagen aus dem neuen Amerika“, eingehen konnte, drehte sich die Diskussion schnell um die eine scheinbar unvermeidliche und omnipräsente Frage: Überlebt das Printmedium in Zeiten von „online first“?

In den USA werden die etablierten (Print)Medien zunehmend von zahlreichen, im Netz geschaffenen Informationsplattformen wie der „Huffington Post“, „the Atlantic“ oder „Mayhill Fowler“ ersetzt. Zahlreiche Hobby-Journalisten und engagierte Bürger bloggen ehrenamtlich. Einige sind so einflussreich, dass sie bereits als eigene Think Tanks gelten. Wer braucht da noch Tageszeitungen? In der Wirtschaftskrise deuten alle Zeichen sowieso ein Ableben des Printmediums an: Die New York Times ist existenziell bedroht, und San Francisco muss nun in Zukunft vielleicht ganz ohne den San Francisco Chronicle auskommen.

Brinkbäumer merkte an, dass sich die Zeitungen ihr Sterben ein Stück weit auch selbst zuzuschreiben haben: „Die Preise waren zu niedrig. Gute Texte wurden quasi verschenkt.“

Besserung sei erst in Sicht, wenn „die Wall Street wieder funktioniert und wenn Manhattan wieder Geld hat.“ Das Problem ist nur: Wer zahlt bis dahin für gute Reportagen? Möglicherweise wären Stiftungen eine Lösung. In den USA werden Stiftungsmodelle für bedrohte Printmedien diskutiert. Vielleicht stellen sie auch für Deutschland eine Alternative dar. Ihre Berechtigung werden US-amerikanische Printmedien aber auch zukünftig haben. Nicht zuletzt wegen ihrer berühmten „Columnists“ wie Paul Krugman oder Thomas L. Friedman. „Diese Art der Berichterstattung kennt Deutschland gar nicht“, erklärte Brinkbäumer. Guten „Columnists“ stünden oft unbegrenzte Reiseetats zur Verfügung. An dieser Stelle haben die entsprechenden Medien erkannt: Gut recherchierte Beiträge haben ihren Preis.

Auch den Umgang der US-amerikanischen Medienwelt mit Zitaten findet Brinkbäumer sehr empfehlenswert. Es herrscht kein „Autorisierungswahn“ wie in Deutschland. Eine Regel wird allerdings streng befolgt: Es muss eins zu eins zitiert werden.

Den Erzählungen Brinkbäumers über seine Recherchearbeit war zu entnehmen: Es ist nicht immer einfach für Auslandskorrespondenten. Selbst eine deutsche Größe wie der Spiegel wird in den USA oft mit einem gleichnamigen Möbelkatalog verwechselt. Besonders hoch waren die Hürden im letzten Jahr anlässlich des Wahlkampfes. Brinkbäumer durfte nur aus der zweiten oder dritten Reihe berichten und nur eingeschränkt Fragen stellen. „Wir bringen einfach keine Wählerstimmen“, erklärte er diesen Umstand nüchtern. Dann gelte es, andere Wege zu beschreiten: „Ein Journalist kann im Vorwahlkampf punkten. Die Kandidaten sind sehr dankbar, wenn ihnen dann ein paar Fragen gestellt werden.“

Angesichts des großen Interesses des Publikums an „Online vs. Gedrucktem“ konnte das Forum seinem Titel nicht ganz gerecht werden. Es blieb beispielsweise offen, welche stilistischen Mittel eine klassische US-amerikanische Reportage ausmachen. Dafür wurde über die Rolle der neuen und alten Medien in einer neuen Informationskultur debattiert. Als Fazit lässt sich festhalten: Die neuen Medien werden immer einflussreicher. Wenn sich die etablierten Medien aber reformbereit zeigen und sich auf qualitativ hochwertigen Journalismus (zurück)besinnen, wird auch in Zukunft das Rascheln von Zeitungspapier am Frühstückstisch zu hören sein.

Nora Marie Zaremba ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Reporter-Forum I „Bankraub“ – Die Wirtschaftsreportage als Erklärstück“

mit Ullrich Fichtner (Der Spiegel)

Nur ahnungslos, keinesfalls leichtgläubig

von Carina Körner

Für Ullrich Fichtner ist es eine Geschichte, die er noch oft erzählen wird. Er wird erzählen, wie er Ende Oktober am Zürichsee stand, dünnen Regen auf die Wasseroberfläche plätschern sah und versuchte eine Welt zu verstehen, die sich seinem Fassungsvermögen entzog. Er wird von der Hilflosigkeit erzählen, mit der er Bankvorständen, scheinbar ausgeliefert, gegenübertrat. Doch Fichtner wird auch erzählen, wie diese Recherche sein Verständnis des Journalismus veränderte.

„Der Bankraub“, Spiegel-Titel der Ausgabe vom 17. November 2008, wurde in der Kategorie Dokumentation mit dem Henri-Nannen-Preis ausgezeichnet. Für die Jury war die Reportage „eine brillant informierende Text-Montage, dramaturgisch vorzüglich verbunden.“ Für Fichtner ist sie der Versuch, Unfassbares fassbar zu machen. Die Krise. „Wir standen ziemlich begossen da“, sagt er. Acht Redakteure hatte der Spiegel auf das Thema angesetzt. Keiner von ihnen hatte die Finanzkrise kommen sehen. Keiner von ihnen hatte nur eine leise Ahnung von neuerer Finanzmathematik. Keiner wusste, wie es passieren konnte, dass ein Rentner aus Hamburg seine gesamten Ersparnisse verlieren konnte, weil einer Bank das Geld ausging.

Ortstermin Zürich, Oktober 2008. Finanzmesse. Die Welt des Kapitals traf sich. Während die Bankmanager an diesem verregneten Oktobertag drinnen schon die Chancen der Krise ausloteten, war der Welt draußen gerade der Boden unter den Füßen weggebrochen. An der Börse waren Banktitel im freien Fall. Indizes glitten weltweit minütlich weiter in die Tiefe. Existenzen schlitterten hinterher. „Es war eine groteske Situation“, erzählt Fichtner. Inmitten von veralteten Prospekten, die immer noch fabelhafte Renditen versprachen, kannten die Blicke der Bankmanager nur eine Richtung: nach vorn. Fichtner begab sich auf Orientierungssuche. „Unsere einzige Chance war es, möglichst viele Stimmen zu sammeln, sie gegeneinander abzugleichen – und dann das Beste daraus zu machen“, erklärt Fichtner. Und sie offenbarten Vorständen, Verwaltungsräten, den Grandseigneuren der Banken, wie wenig sie wussten. Es war ein Spiel mit offenen Karten – das sich bezahlt machen sollte.

Die PR-Berater der Bankmanager, so glaubt Fichtner, schienen es als günstige Gelegenheit empfunden zu haben, Journalisten ihre Lesart der Geschehnisse einverleiben zu können. Sie stimmten den Treffen zu. „Wir hatten ganz her-

vorragenden Zugang, so guten Zugang, wie nie zuvor“, berichtet Fichtner. Erst nach und nach habe man sich nahezu auf Augenhöhe vorgearbeitet, irgendwann zumindest verstanden, wovon die Bankmanager sprachen. „Ich glaube, dass wir nicht mehr im Stande sind, so breitbeinig aufzutreten“, gesteht Fichtner. Heute glaubt er, dass es sinnvoll ist, bei der Recherche zuweilen einen Schritt zurück zu treten, Wissenslücken einzugestehen und vor allem die einfachen Fragen zu stellen.

Acht Wochen recherchierte das Autorenteam. Als Laien und Halbgebildete sollten sie Zusammenhänge ergründen, von denen selbst Börsenguru Warren Buffett sagt, er verstehe sie nicht. Sie nannten es „kollektive Spurensuche“, befragten Anleger und Hausbesitzer, sprachen mit Börsenmaklern und Fondsmanagern, ließen sich die Finanzwelt von Psychologen und Universitätsprofessoren erklären. Es entstand ein Mosaik. Letztendlich spannten die Spiegel-Redakteure die Geschichte zwischen fünf Protagonisten auf, zwischen Vorstandsetagen und Einzelschicksalen, zwischen Episoden, die sich über den halben Globus und einen Zeitraum von 14 Jahren erstrecken. Eine einfache Erklärung für Ursachen und Verlauf der Finanzkrise ist dabei nicht entstanden. „Dieses Stück sagt: Nein, es ist saumäßig kompliziert, aber wir versuchen dir das hier zumindest in Ausschnitten näher zu bringen.“ Klar ist für Fichtner zum Schluss nur eines: „Es war die schlimmste Bastelarbeit, die ich bisher gemacht habe.“

Die Redakteure haben sich Mühe gegeben, viel Zeit investiert – der Verlag eine Menge Geld. Der Leser kann die Dimensionen der Krise, ihren Gründe und ihre Folgen vielleicht erahnen. Was aber bleibt, ist eine Geschichte, ein Preis und eine neue Erfahrung.

Alles erklären zu können sei bisher der Marschbefehl des Journalismus, auch des Spiegel gewesen, sagt Fichtner – mit diesem Prinzip zu brechen aber die einzige Möglichkeit für den Journalismus, glaubwürdig zu bleiben. Der Journalist müsse dem Leser ernsthaftes Bemühen zeigen, Erkenntnislücken offenlegen. Für Fichtner ist „Der Bankraub“ vor allem deshalb gelungen, weil das Autorenteam sich nicht zum autoritären Lehrmeister aufplusterte. „Wir sind nie davon ausgegangen, alles erklären zu können“, sagt Fichtner.

Carina Körner ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Reporter-Forum I „Was treibt einen Reporter an?“

mit Cordt Schnibben (*Der Spiegel*), Klaus Brinkbäumer (*Der Spiegel*), Holger Gertz (*Süddeutsche Zeitung*), Ullrich Fichtner (*Die Zeit*), Moderation: Ariel Hauptmeier

Die Schönschreiberei ist vorbei

von Sabrina Kurth

Über die Frage, ob er Egon Erwin Kisch als Reporter einstellen würde, schmunzelt Spiegel-Redakteur Cordt Schnibben. „Er hatte eine bewundernswerte Entdeckerhaltung, war aber nicht unbedingt eine Edelfeder. Immer wieder hat er ein bisschen geflunkert oder unsauber formuliert. Aber er war ein gigantischer Geschichtenerzähler.“ Eine klare Antwort will Schnibben nicht geben, auch nicht seine drei Mitdiskutanten. Eindeutig sei aber, dass allein gut zu schreiben schon lange nicht mehr reiche. Reportagen gingen immer mehr in die Tiefe. Es sei ein Vorurteil, dass Reportagen oberflächlich seien, sagt Holger Gertz, schließlich müsse es auch den erzählenden Journalismus geben, der andere Blickwinkel eröffne. „Ein Reporter muss Geschichten finden, die man noch nicht kennt, und er muss vor allem immer besser recherchieren. Tautologen sterben aus.“ Ob es überhaupt noch eine „klassische“ Reportage gebe, raunt es aus dem Publikum. „Genau wie zu viel Schönschreiberei gibt es auch zu viel Schönrecherchiere“, sagt Schnibben. „Gute Rechercheure und gute Schreiber sollten sich zusammentun und voneinander lernen. Für eine gute Reportage bedarf es einer Kombi aus Dramakompetenz und Fachkompetenz. Dabei bleibe jeder Reporter immer noch ein einzelner Wolf, aber man könne sich gegenseitig unterstützen und dadurch das Ergebnis des Einzelnen verbessern.“

Reporter, so machte das Podium deutlich, stünden oft vor der Entscheidung, ob sie eine spannende Geschichte schreiben oder aufklären sollen. Daraufhin bekam Ullrich Fichtner direkte Kritik aus dem Publikum: Fichtner sei fünf Mal als Reporter im Irak gewesen, zweimal davon „embedded“ bei amerikanischen Soldaten, die Kernprobleme, wie den Konflikt zwischen Schiiten und Sunniten, habe er allerdings außer Acht gelassen. Fichtner sagte, die Welt sei ein großes Kaleidoskop. Man müsse nicht immer alles schreiben, vor allem, wenn es schon oft behandelt wurde. „Mir war es wichtig, Fragmente und Momentaufnahmen zu finden, die die Stimmung transportieren.“

Eine Sorge beschäftigte alle Podiumsgäste: Redaktionen sparen an Reportagen. Vor allem amerikanische Zeitungen beschleunigen den Trend. Dort sei es schon lange Usus, eine Mischung aus Reportage und Kolumne zu schreiben. Deutsche Redakteure und Zeitungsmacher würden über kurz oder lang auf diesen Zug aufspringen und sich für andere Formen öffnen. „Die Wirklichkeit wird immer komple-

xer, Mischformen sind da die logische Konsequenz“, sagt Fichtner. Trotzdem mahnt Schnibben, eines nicht zu vergessen: „Reporter-Sein darf nichts Missionarisches haben: Man darf nicht nach Beweisen für seine Behauptungen suchen und gucken, was reinpasst. Man muss sich zuerst die Welt anschauen und dann Schlüsse ziehen.“ Von einer Weltanschauung zu einer Weltbetrachtung gewissermaßen. Eine stete Abwägung zwischen Emotionalität, bis hin zu Sensationalität, und Informationsgehalt – so scheint das vorläufige Resümee der Diskutanten.

„Die Geschichten am Rande sind das Spannende, Leute an der Grenze zu sehen, ihre Erwartungen, Wünsche und Ziele zu erleben.“ So bringt Holger Gertz seine Motivation, als Reporter zu arbeiten, auf eine einfache Formel. Scheinbar gut getroffen, denn seine Mitdiskutanten können nicht anders als ausdrücklich zustimmen. Fichtner ergänzt: „Man hat die Lizenz zum Fragenstellen. Das ist das Einzigartige am Journalistenberuf. Man nimmt aktiv am Leben anderer Menschen teil, ist so etwas wie ein bezahlter Zeitgenosse.“ Dann erzählt Brinkbäumer von einem Projekt, das viele berührt. Ein kleiner Höhepunkt für die Veranstaltung, „sein Herzensprojekt“, wie er es nennt, das er jahrelang immer wieder verschoben hatte. Dann lernte er John kennen, der von Afrika nach Deutschland geflohen war. Mit ihm zusammen hat Brinkbäumer die einzelnen Stationen der Flucht noch einmal bereist. „Eine unglaubliche Erfahrung“, wie er sagt. „Anfangs sucht man die Nähe und baut Vertrauen auf. Wenn es dann ans Schreiben geht, ist es wichtig, wieder einen Schritt zurück zu machen, Distanz zu wahren und trotzdem mit Leidenschaft zu erzählen.“ Nichtsdestotrotz bestehe die Gefahr, dass man den Objekten der Recherche zu nahe komme, der Reporter werde zum Freund und das führe oft zu Enttäuschungen. „Ich habe nach wie vor Kontakt zu John. Er aber fühlt sich ausgenutzt, weil ich danach nur noch den professionellen Kontakt zu ihm gepflegt habe.“ Das sei zwar das Gefährliche, aber zugleich auch das Schönste am Reporterberuf, Menschen mit all ihren Gefühlen hautnah zu erleben: „Es gibt so viele spannende Stoffe und Geschichten. Deshalb sollte man am besten einfach hinfahren ohne zu wissen, was einen erwartet. Einfach die Fahrkarte lösen.“

Sabrina Kurth ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Reporter-Forum I „Kompetenz in Not – Reporter zwischen Krisen und Katastrophen“

mit Dieter Bednarz (Spiegel), Hubert Seipel (freier Journalist), PD Dr. Jochen Hippler (Uni Duisburg-Essen), Prof. Dr. Kai Hafez (Uni Erfurt), Franz Hutsch (freier Journalist); Moderation: Astrid Frohloff (ARD Kontraste)

Schneller, billiger – schlechter

von Louisa Thomas

Das erste Opfer des Krieges ist nicht immer die Wahrheit. Es sind die Journalisten, deren Arbeit in der „Königsdiskziplin Auslandsberichterstattung“ (Frohloff) immer wieder zwi-

waren die Gründe dafür schon vor der Diskussion klar: Der finanzielle Druck der Heimatredaktionen, der Zeitdruck im Angesicht eines aggressiven Informationskrieges und die



schen die Räder gerät. Alles ist schlecht, Tendenz: Abgrund. Zu diesem Ergebnis kam das Panel „Kompetenz in Not – Reporter zwischen Krisen und Katastrophen“.

Wie die ganze Welt, hat sich auch der Journalismus seit 9/11 einschneidend verändert. Darin waren sich die Journalisten Dieter Bednarz, Hubert Seipel und Franz Hutsch, sowie die Hochschuldozenten Dr. Jochen Hippler und Prof. Dr. Kai Hafez einig. War Afghanistan vor 2001 ein „weißer Fleck“ auf der Landkarte, ist es nunmehr Schauplatz des größten Bundeswehreininsatzes der Bundesrepublik. Den daraus entstehenden Konsequenzen für die Auslandsberichterstattung wurden die deutschen Medien bisher nur unzureichend gerecht: Auch acht Jahre nach Kriegsbeginn haben weder private noch öffentlich-rechtliche Medien einen festen Korrespondenten in Kabul.

Die Auslandsberichterstattung steht damit wie der Ochs vorm Berg. Für den freien Auslandsreporter Franz Hutsch

fehlende Kompetenz der Journalisten zwängen die Qualität der Auslandsberichterstattung in eine Abwärtsspirale.

Kai Hafez und Jochen Hippler ergänzten dieses Bild durch den „bösen Stiefbruder“ des Journalismus: Public Relations. Dieser harmlose Terminus, so stimmte die Runde überein, verbirgt dessen eigentliche Fratze: berechnend, verblendend und aggressiv. Militärs und ihre Gegner zielten einzig darauf ab, so Hippler, das Land „journalistenfrei“ zu halten oder zumindest deren Meinung zu manipulieren. „Für sie gilt ein altes Motto: Treat them like mushrooms: keep them in the dark and feed them with shit“.

Ein Beispiel lag prompt parat. Just am Freitagmorgen, berichtete Kontraste-Redakteurin Astrid Frohloff, hätten die PR-Fangarme des US-Militär das Web 2.0 ergriffen: Auf YouTube, Twitter und Facebook umgingen sie fortan die „Quälgeister Medien“ und böten über diese Kanäle eigene Wahrheiten an. Für die meisten Anwesenden nur der

nächste Tropfen im Fass mit dem Etikett „Politik- und Informationskrieg, Gegner: Taliban und Westen“. Militärisch, so Jochen Hippler, werde die Zukunft Afghanistans nicht entschieden: „Beide Kriegsparteien machen ihre Hausarbeiten – auch in der Öffentlichkeitsarbeit.“

Die von Hutsch genannten Probleme, ökonomischer und zeitlicher Druck sowie fehlendes Spezialwissen begünstigten diese Propaganda-Maschinerie. Denn Journalisten machten offenbar nicht allzu oft ihre Hausaufgaben.

Redaktionen hätten keine Zeit und kein Geld, um den realen Bedingungen der Auslandsberichterstattung gerecht zu werden – „einfach kein Bewusstsein“, sagt Franz Hutsch. So sei die Antwort für einen Reporter oft klar, wenn er zwi-

schon die militärischen Ereignisse nur dienend für politische Lösungen sind.“

Nun müssten die Auslandsreporter nachsitzen. Um den Verfall der Kompetenz in der Königsdisziplin der Auslandsberichterstattung aufzuhalten, forderten die anwesenden Diskutanten hierfür ganz einfache, geradezu ureigene und selbstverständliche journalistische Aufgaben: Einordnen, erklären, bewerten. Ob nun „embedded“, per „Parachute“ oder als Korrespondent, sei hierfür zweitrangig, solange eine pluralistische Berichterstattung statt einer „Todesbuchhaltung“ (Hafez) geleistet werde. Der Krisenberichterstatter müsse dabei erkennen, welche Interessen der Informant habe, ergänzte Bednarz. Aus- und Weiterbildungskurse für Journalisten und eine damit einhergehende



schon einer lebensgefährlichen und langwierigen Eigenrecherche und den kostenfreien Informationen aus der Öffentlichkeitsabteilung der US-Armee wählen soll. Ähnlich verhält es sich mit Reisekosten. Ein Mindestpreis von 5000 Euro bei „Eigenreise“ stünde hier laut Hutsch gegen einen kostenlosen „Embedded“-Ausflug in der Transall C-160.

„Ich habe das Gefühl, wir leisten nur noch Hofberichterstattung für die westlichen Kriegstreiber“, bestätigte Kai Hafez das düstere Bild. Die noch hinzukommende Agenturhörigkeit mache das nicht besser: „Die Auslandsberichterstattung minimiert sich auf eine Restgröße.“ Schneller, billiger – schlechter. Stattdessen müsse die Krisenberichterstattung erklären, inwiefern militärische Ereignisse wichtig für politische Lösungen seien, sagte Franz Hutsch. Und Jochen Hippler sah hier einen Lerneffekt bei den Militärs: „Die meisten Offiziere und Wissenschaftler haben kapiert,

Bewusstseinsveränderung der Medien seien längst überfällig. „Damit wir die kompetent verpackte Scheiße des Militärs erkennen“, wie ein Zuhörer sauer konstatierte. Die „Bewusstseinsarbeit“ habe allerdings in der Krisenberichterstattung begonnen, meinte Bednarz.

Der Spiegel-Redakteur fand dann auch eine Lichtlücke im düsteren Unwetter über dem Kriegs- und Krisenjournalismus: „Es gibt Schulungen, es gibt Diskussionen, nur die Finanzen sind eine andere Sache.“ Wie diese geregelt werden könnten, angesichts einer immer größeren Kreise ziehenden Finanzkrise, einbrechender Werbeeinnahmen und dem (vermeintlichen) Überlebenskampf im Printbereich, blieb leider offen. Von einer etwas selbstreflektierteren Eigenkritik unserer Zunft an sich ganz zu schweigen.

Louisa Thomas ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Reporter-Forum I „‘Früher war alles besser!’ – Auslandsberichterstattung früher und heute“

mit Dagobert Lindlau, Ashwin Raman, Ariane Reimers (NDR), Nick Davies (Guardian), Christina Schott (Weltreporter), Hans-Hermann Klare (Stern); Moderation: Julia Sen (NDR)

Die Welt weiß nicht, was in der Welt los ist

von Anne Weißschädel

Es gibt immer mehr Möglichkeiten – sie werden aber immer weniger genutzt. Dieses ernüchternde Fazit steht am Ende der Diskussionsrunde zur Auslandsberichterstattung. Dank der technischen Entwicklung kann zwar immer mehr und schneller berichtet werden. Wegen Kommerzialisierung und Krise werden aber de facto immer weniger Länder von den Medien selbst abgedeckt.

Nick Davies vom Guardian lieferte zum Einstieg ein Zahlenbeispiel, das die Situation der Auslandsberichterstattung deutlich macht: Insgesamt gebe es in etwa 80 Ländern dieser Erde keine AP- oder Reuters-Büros. 80 bis 85 Prozent der Berichterstattung der großen News-Websites in England komme aber von den Agenturen. „Die Welt weiß nicht, was in der Welt los ist“, so Davies. Und auch die Agenturen folgten dem Sparzwang und reduzierten ihr Personal. Dadurch werde die Abhängigkeit von so genannter strategischer Kommunikation und PR immer größer. Auch finanziell gut ausgestattete Anstalten wie die BBC ließen sich von den Agenturen und anderen Quellen beliefern. Die Frage sei: „Ist das das Beste, was sie können, mit den Ressourcen, die sie haben?“

Ariane Reimers, die bei den Tagesthemen für die Auslandsberichterstattung zuständig ist, verteidigte hingegen das Vertrauen in die Agenturen: Es gelte riesige Gebiete abzudecken. Da müsse erst einmal jemand die Berichterstattung übernehmen, bis der Sender selbst vor Ort sein könne. Zudem sei zwar die Zahl der Festangestellten gering, man arbeite aber auch viel mit lokalen Mitarbeitern zusammen. „Wir sind zufrieden mit dem, was unsere Leute schaffen.“

Klischees, einseitige Perspektive und Trendberichterstattung

Ashwin Raman sieht das ganz anders. Der freie Journalist wirft den Redaktionen bei der Auslandsberichterstattung große Inkompetenz vor. Es würden zu viele Klischees berichtet: „Die Inder sind unpünktlich, die Südamerikaner putschen, die Afrikaner sind faul. Und diese Klischees werden weiter geführt; nur der Inder, der Schlangenbeschwörer, hat jetzt ein Laptop um den Hals, weil wir ein Computerland geworden sind.“ Hinzu komme der härtere werdende Konkurrenzkampf. Laut Raman wird zudem viel zu sehr aus westlicher Sicht berichtet. „Man berichtet, aber

irgendwie doch nicht“ – es kämen nur die Geschichten an, die den Westen auch selbst betreffen, oder die Klischees bedienen. Innovative und ungewöhnliche Geschichten blieben auf der Strecke.

Das sei aber eben gewünscht, bestätigt Christina Schott, Mitbegründerin der Weltreporter und freie Journalistin in Indonesien. „Sobald es keinen deutschen Bezug gibt, wird es schwierig, die Themen zu verkaufen.“ Zusätzlich sei die Berichterstattung sehr oberflächlich geworden. Das liege auch daran, dass die vielen Freien ihre Recherche selbst vorfinanzieren müssten, was oft schwer fiele. „Es gibt mehr Angebote mit weniger Tiefgang als früher.“ Das kann auch Raman bestätigen, der als VJ oft in ungewöhnlichen Missionen unterwegs ist. „Ich muss dann wie ein kleiner Junge Schlange stehen, um meine Themen zu verkaufen. Das stinkt mir!“

Da hakte Journalist und Autor Dagobert Lindlau ein: „Auslandsjournalisten und Korrespondenten haben heute weit weniger Mut als früher, Haltung zu zeigen und gegen den Strom zu schwimmen.“ Damit berührte er einen weiteren Schwerpunkt der Diskussion: die Trendberichterstattung. Es sei gar nicht so sehr das Problem, dass man manche Geschichten nicht unterbekomme. Viel schlimmer sei es, dass dadurch so viele Themen verpasst würden.

Auch Nick Davies und Christina Schott waren sich einig, dass es schwierig ist, Themen gegen den Strom zu platzieren. „Nicht alle Themen sind gleich relevant für die Medien hier“, so Schott. Daher versuche sie gar nicht erst, manche Themen anzubieten. „Es hat einfach viel mit Timing zu tun. Da muss im Grunde schon was passiert sein, damit man das reinnimmt.“ Das sei eine Frage der Selektion, hakt Hans-Hermann Klare, Auslandschef des Stern, ein. Man könne sich aber über die Mechanismen der Selektion unterhalten. Das Risiko sei geringer, wenn man die Themen mache, die alle anderen auch machen. „Es ist doch erstaunlich, dass in der Welt immer genau so viel passiert, dass es in 15 Minuten Tagesschau passt.“

Anne Weißschädel ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Podiumsdiskussion I „Warum nur so wenige? Frauenkarrieren im Journalismus“

mit Nikola Sellmaier (Stern), Sonia Mikich (WDR/ARD Monitor), Tina Groll (Netzwerk Recherche) und Birgit Kolkman (Deutschlandradio). Moderation: Annette Milz (medium magazin)

Nur mit Lächeln kommen wir nicht weiter

von Juana Guschl

Die Männer schwiegen. Sie saßen still zwischen all den Frauen im Saal und wurden Zeugen eines außergewöhnlichen „Frauengesprächs“: Auf dem Podium – vier Frauen. Die Gesprächsleitung – bei einer Moderatorin. Die Wortmeldungen aus dem Publikum – ausschließlich von Journalistinnen. Eines der wichtigsten Themen – die Rolle der Männer.

„Warum nur so wenige? Frauenkarrieren im Journalismus“ war die Podiumsrunde überschrieben. Tina Groll, Volontärin bei den Bremer Tageszeitungen, referierte die Fakten: 37 Prozent der hauptberuflichen Journalisten sind Frauen. Sie arbeiten eher in den weichen Ressorts, überwiegend in niedrigen hierarchischen Positionen, oft bei privaten Medien oder Zeitschriften. Sie sind meist kinderlos und verdienen oft nicht mehr als 2000 Euro, wie aktuelle Studien zeigen. Ein kleiner Lichtblick sei der „Genderswitch“ bei den Volontären, so Tina Groll: Mittlerweile gebe es dort mehr als 50 Prozent Frauen. Beruflicher Aufstieg allerdings? Fehlanzeige. Je höher die Position, desto geringer sei der Frauenanteil.

Frauen verschwinden immer da, wo es nicht mehr nur um journalistische Leistungen, sondern um Management und Personalführung geht, berichtete Nikola Sellmaier, Redakteurin im Ressort Politik und Wirtschaft beim Stern. Diese Aufgaben überließen sie oft den Männern. Es gebe allerdings mittlerweile auch Gegenbeispiele, erwiderte Sonia Mikich, Redaktionsleiterin des ARD-Magazins Monitor. Der WDR habe beispielsweise eine Intendantin und eine Programmdirektorin an der Spitze, ein Signal für jüngere Kolleginnen. Doch anfangs sei auch sie „von der Gnade der Alten“ abhängig gewesen, sagte Sonia Mikich. Ihr Resümee: „Um Charakter zu zeigen, dürfen sie nicht konform sein. Sich in dieser Männerwelt, sei sie patriarchalisch oder nur chauvinistisch, durchzusetzen, das macht verdammt einsam.“

Mikich hat sich, wie viele Kolleginnen in ihrem Alter, bewusst gegen Kinder und für die Freiheit entschieden. Die Diskussion über Vereinbarkeit von Beruf und Familie könnte ihrer Meinung nach hinfällig sein, hätten wir nur auf allen Ebenen 40 Prozent Frauen. Nach ihrer Beobachtung stehlen sie sich viele Frauen aus der Verantwortung, wenn sie sich beim beruflichen Aufstieg mit einer Managertätigkeit konfrontiert sehen. „Wir müssen Haltung haben und Machtangebote annehmen“, sagte Mikich.

Karin Junker, seit 1985 Mitglied des WDR-Rundfunkrates und seit 2008 Mitglied des ARD-Programmbeirats, konstatierte

in einer Wortmeldung aus dem Publikum: „Frauen haben ein gebrochenes Verhältnis zur Macht.“ Die gläserne Decke können Frauen ihrer Ansicht nach aber nur dann durchstoßen, wenn sie ihre Einstellung zur Macht ändern. Es gehe in Führungspositionen schließlich um Entscheidungen über Strukturen, Programmgestaltung und Förderungen. „Ihr jungen Kolleginnen: Macht Eure Köpfe frei“, riet sie.

Birgit Kolkman, freie Journalistin beim Deutschlandradio, gab zu bedenken: „Es ist kein Kneifen, sondern nur ehrlich, wenn man zugibt, Journalismus, aber kein Management gelernt zu haben.“ Nach ihrer Einschätzung gehören Macht und Aufstieg oft ganz automatisch in die Karriereplanung von Männern. Das so genannte Buddy-Prinzip dominiere den Journalismus: „Das sind diese Turngruppen von Männern, die sich an den Füßen der Karriereleitern aufbauen und nach bestimmten Spielregeln funktionieren: Schleimen und dem Chef zulächeln.“ Nur mit Lächeln kämen Frauen allerdings nicht weiter. Ihre Stärken seien das Knüpfen von Netzwerken und effektives Arbeiten. Es gebe Fälle, in denen „Männer acht Stunden in der Redaktion sitzen, während Frauen für dieselbe Arbeit nur drei Stunden benötigen“. Birgit Kolkman betonte, dass vernünftige Strukturen eingefordert werden müssten. So wie damals beim Hessischen Rundfunk. Man habe den Rundfunkräten die Kleinkinder auf den Schoß gesetzt und somit einen Kindergarten erwirkt. Außerdem sollte bereits die journalistische Ausbildung den Nachwuchsjournalistinnen Grundfertigkeiten des Managements vermitteln, forderte Kolkman.

Die jungen Kolleginnen müssten sich besser verkaufen und den Umgang mit Neuen Medien erlernen, so Moderatorin Annette Milz, Chefredakteurin des Medium Magazins. Für Tina Groll, die in ihrer Diplomarbeit die Karrierestrategien von Journalistinnen analysiert hat, steht fest, dass viele junge Frauen sich selbst beim beruflichen Aufstieg behindern. „Wir müssen auch mal mit den Jungs einen saufen gehen und dürfen keine Angst vor der Macht haben“, sagte sie. Nikola Sellmaier setzte einen anderen Akzent: Anstatt sich den Männern anzupassen, fordert sie die Männer in die Pflicht: „Wir Frauen müssen Forderungen stellen. Ich bin nicht multi-tasking-fähig, aber ich habe einen Mann an meiner Seite.“ Ohne ihn geht es also offenbar doch nicht. Vielleicht hätte frau ihn heute einfach mal zu Wort kommen lassen sollen?

Juana Guschl ist freie Journalistin und studiert Theater & Medien und Anglistik an der Universität Bayreuth.

Podiumsdiskussion I „Fiction First – Recherche als Film“

mit Andres Veiel (Regisseur), Raymond Ley (Regisseur) und Nico Hofmann (Produzent). Moderation: Steffi Radke (SWR)

Wenn Zeitgeschichte lebendig wird

von Saskia Reis

Das Podium lockte mit preisgekrönten Referenten: der Regisseur und Produzent Nico Hofmann, der Autor und Regisseur Raymond Ley und der Dokumentarfilm-Regisseur Andres Veiel. In ihrem Werkstattgespräch diskutierten sie große Fragen: Warum sind Dokudramen so erfolgreich? Wie viel Fiktion darf sein, wie viel Fiktion muss sein? Wie gehen die Filmemacher vor bei ihren Recherchen? Und wie definiert sich eigentlich ein Dokudrama?

Raymond Ley („Die Nacht der großen Flut“, „Eschede Zug 884“, etc.) beschrieb die Kombination von Archivmaterial, Interviews und fiktionalen Elementen. „Ich glaube aber, es gibt noch keine richtige, schlüssige Definition für das Dokudrama. Ist es der hohe Anteil der Fiktionalisierung? Ist es der hohe Anteil des Dokumentarischen? Oder ist es eine gelungene Mischung?“, fragte er. Nico Hofmann („Dresden“, „Die Luftbrücke“, „Die Sturmflut“, „Die Flucht“, „Mogadischu“, etc.) verwies auf den Ereignis-Charakter eines solchen Films: „Ein gutes Dokudrama ist immer auch ein Event. Es geht um Themen, die die Menschen beschäftigen und es geht um tabuisierte Themen. Meistens ist das der Ausgangspunkt für eine solche Produktion.“ Andres Veiel („Black Box BRD“, „Die Spielwütigen“, „Der Kick“, etc.) regte dazu an, über den Begriff „Fiktionalisierung“ nachzudenken: „Ich schränke den Begriff eben nicht ein auf die Verwendung von Schauspielern, sondern ich benutze ihn auch schon bei der Konstruktion einer Geschichte.“

Vor einer Frage stehen alle drei gleichermaßen: Wann ist ein Stoff interessant? Für Nico Hofmann ist das Bauchgefühl entscheidend. Aber auch Menschen bringen den Stoff direkt in die Redaktion, so wie im Fall des Fluchthelfers Hasso Herschel („Der Tunnel“) oder des ehemaligen DDR-Grenzsoldaten Tilo Koch („Das Wunder von Berlin“). „Es ist eine Mischung aus selbst gesetzten Themen, aus Recherche, aus Buchmaterial, aus Material, das von außen kommt“, erklärte Hofmann.

Ein wichtiger Teil der Recherche ist die Suche nach Zeitzeugen und die Auswahl der Gesprächspartner. Raymond Ley erzählte, er habe bei „Die Nacht der großen Flut“ mit Zeitungsannoncen nach Zeitzeugen der Hamburger Sturmflut im Februar 1962 gesucht, worauf sich etwa 300 Leute meldeten. Hofmann berichtete, bei „Dresden“ habe er mit über 130 Zeitzeugen gearbeitet. Dabei habe sich gezeigt, dass die Gesprächspartner ganz unterschiedliche Erinnerungen haben und sich teilweise massiv widersprechen. „Sie können nicht davon ausgehen, dass 130 Menschen die

gleiche Erinnerung an die gleiche Zeit haben.“ Zusätzlich lässt sich Hofmann von Historikern beraten. „Es muss ein Dialog entstehen zwischen Produzent, Regisseur, Drehbuchautor, Experten und Zeitzeugen. Die journalistische Genauigkeit der Arbeit drängt mehr denn je in den Vordergrund.“

Eine derart sorgfältige Recherche kostet Zeit. Da können schon mal Jahre ins Land gehen. Sieben Jahre arbeitete Andres Veiel an „Black Box BRD“. „Es sind Achterbahnfahrten. Bei Black Box haben wir drei Treatments geschrieben. Zwei sind gescheitert, weil uns die Protagonisten abgesprungen waren“, erzählte Veiel. Um Vertrauen aufzubauen, habe er den Kernprotagonisten schließlich ein Vetorecht eingeräumt bis zum Rohschnitt. Genau diese Strategie führte Veiel zum Ziel. „Im Endeffekt wurde der Film so gemacht, wie ich ihn machen wollte. Es ist keine Einstellung drin, die von außen etwa durch Traudl Herrhausen, den Vater von Wolfgang Grams oder einen Vertreter der Deutschen Bank verändert wurde.“

Nico Hofmann resümierte, dass er seinen Stil in den letzten Jahren verändert habe. Er erzähle dokumentarischer und mit weniger melodramatischer Zumengung. Die Herangehensweise, große historische Themen episch zu erzählen, hat laut Hofmann einen Trend eingeläutet, den viele Sender und Produzenten nachahmen. Veiel hat bei den Zuschauern ein Bedürfnis ausgemacht, Fragen an die Geschichte zu stellen, was ihn dazu ermuntert, auch schwierige Themen umzusetzen. Für Raymond Ley ist klar, dass Fernsehen und Kino die Mythen, Erlebnisse und Katastrophen des Alltags immer bearbeiten wird. In der Diskussion wünschte er sich aber eine stärkere Umsetzung aktueller politischer Themen. Andres Veiel fügte hinzu: „Es ist ganz wichtig, den scheinbaren Trends etwas entgegen zu setzen. Wenn eben dieser Jahreszahlenfetischismus ankommt, dann muss man dieser Normierung mit einer sehr gut recherchierten Arbeit etwas entgegensetzen.“

Fazit: Das Werkstattgespräch hat Lust gemacht auf mehr, es zeigte die Perspektiven und Arbeitsweisen der Filmemacher. Doch in dem Gespräch gab es zu viele Monologe, zu wenig Kontroverse. Bei einer stärkeren Eingrenzung der Fragen wäre wohl mehr Zeit geblieben, die unterschiedlichen Standpunkte von Hofmann, Ley und Veiel deutlicher heraus zu arbeiten.

Saskia Reis studiert Journalistik in Hannover.

Forum I „Die Bahn, die Manipulation, die Journalisten – Wie die Medien auf Kampagnen reinfallen“

mit Prof. Dr. Klaus Kocks (CATO-Sozietät), Lars Großkurth (Bundesverband deutscher Pressesprecher), Thomas Dürmeier (Lobby Control), Markus Grill (Der Spiegel) Moderation: Thomas Leif (SWR)

Im Dschungel des Zynismus

von Anja Breljak

„Ja, Pressesprecher lügen!“, sagte Klaus Kocks zynisch. Und er gab zu verstehen: Journalisten wälzen sich in ihrer Pseudo-Selbstkritik. „Seit wann ist PR die Wirklichkeit?“, fragte der PR-Berater und Geschäftsführer der CATO-Sozietät. Journalisten gingen ihrer Sorgfaltspflicht nicht nach, recherchierten nicht gründlich genug. Die PR-Kampagne der Bahn im Jahr 2007, Thema dieses Forums, sei allenfalls übliche Routine gewesen, die plötzliche Entrüstung daher nicht angemessen.

Auch Lars Großkurth, Präsident des Tabakunternehmens Reemtsma und Präsident des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher, stimmte mit lächelndem Zynismus ein in die Schuldzuweisung. Schließlich zeige der Bahn-Skandal auch die „unreflektierte Übernahme von Agenturmeldungen“ und solch getürkter Umfragen durch Journalisten.

Was war geschehen? Im Jahr 2007 zahlte die Deutsche Bahn 1,3 Millionen Euro für verdeckte PR. Über das Lobbyunternehmen „EPPA“ wurde die Denkfabrik „berlinpolis“ engagiert, um versteckt manipulierte Umfragen zum Lokführerstreik und Blogeinträge über die Bahnprivatisierung auf Foren zu verbreiten. Und Journalisten druckten und verbreiteten fröhlich die streikfeindlichen Informationen in Radiosendungen, Zeitungen und Onlinemedien. Indizien für die tatsächliche Urheberschaft der Umfragen fand allerdings nicht etwa ein Journalist mit investigativen Neigungen. Erst der Verein Lobby Control veröffentlichte im Mai 2009 eine Studie über die PR-Maßnahmen der Bahn und konfrontierte die neue Chefetage damit. Rüdiger Grube ordnete eine Untersuchung durch das Prüfunternehmen KPMG an und entließ umgehend Marketingmanager Ralf Klein-Bölting. Die Bahn entschuldigte sich für den Vorfall und „berlinpolis“ rechtfertigte sich mit Unwissen.

„Wir wissen nicht mehr, wer wofür steht – das ist demokratieschädlich!“ Und schuld daran seien unkontrollierter Lobbyismus und intransparente PR-Strategien, so Thomas Dürmeier. Er ist im Vorstand des Vereins Lobby Control. In dieselbe Kerbe schlug Markus Grill, Spiegel-Journalist. Die PR-Branche halte sich nicht an ihre eigenen, freiwillig gesetzten Regeln des PR-Rates, die besagen: PR-Maßnahmen müssen als solche erkennbar sein. Stattdessen, so Grill, täusche und manipulierte die PR-Branche, sie nutze sogar die Krisenzeiten aus und entziehe sich durch Intransparenz jeder Verantwortung – wie eben dieser Skandal der Bahn zeige. Denn als Veranstalter galt „berlinpolis“, die Umfrage

selbst stammte vom Forsa-Institut. Vom tatsächlichen Urheber, der Bahn, war nirgends die Rede.

Es gibt aber noch einen dritten Schuldigen: den homo oeconomicus. Effizienzsteigerung und Sparmaßnahmen in den Verlagshäusern sind Schuld – darin stimmten schließlich alle Diskutanten überein. So kam auch PR-Berater Kocks zu dem Schluss: „Die größte Gefährdung der Pressefreiheit liegt bei den Verlegern selbst.“ Denn Recherchen würden auf Diät gesetzt und Journalisten könnten nicht mehr hinter die sich verändernde Routine der PR blicken. Verleger gingen Deals mit Großkonzernen und Wirtschaftsunternehmen ein und zwängten der Redaktion das Werbediktat auf. Kurioserweise wird das zum Problem für beide Seiten. Denn, so Kocks: Das Ende des Journalismus mache auch die PR überflüssig.

Wird in den Redaktionen aus ökonomischen Gründen gespart, sind Journalisten überlastet und im ständigen Zeitdruck, bis schließlich die Sorgfalt den ökonomischen Umständen weicht. Das erstarkte Selbstbewusstsein der PR-Branche kann auf das schwere Los der Journalisten und die Medienkrise zurückgeführt werden. So verwundert es nicht, meinte Spiegel-Journalist Grill, dass „manche Journalisten Agenturmeldungen für bare Münzen nehmen müssen.“

So verwandelten sich Journalisten während der Diskussion zu wehrlosen Kindern ihrer Zeit, die den wirtschaftlichen Umständen ihrer Verlage ausgeliefert sind. Und aus den Pressesprechern wurden nicht die professionellen Lügner oder Manipulierer, sondern raffinierte Verkäufer von Informationen. Erstaunlich nah rückten PR und Journalismus zusammen, sobald die wirklich Schuldigen erst gefunden waren. Am Ende manövrierte Moderator Thomas Leif die Diskutanten geschickt aus dem „Dschungel des Zynismus“ in die Konstruktivität: Was sind mögliche Lösungen? Die Spielregeln müssten sich ändern. Ein Register, sowohl für Lobbys und als auch für NGOs, müsse her, damit die Verstrickungen transparenter werden und die Politik besser kontrolliert werden könne. Absender und Anbieter von Informationen sollten kenntlich sein. Aber vor allem bräuchten beide Bereiche mehr Raum für Selbstkritik, forderten alle vier Diskutierenden. Die Selbstkritik während der Diskussion hingegen blieb auf beiden Seiten aus.

Anja Breljak ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Erzählcafé | „Recherche als Beruf“

mit Hans Leyendecker (Süddeutsche Zeitung)

„Leyendeckerchen, mach dich nicht so wichtig!“

von Lasse Osteneck

Und plötzlich ist alles so einfach. „Leute, die Erfolg haben, machen schlicht einen Schlag mehr“, sagt er und lässt seinen Blick durch die Runde wandern. Einen Schlag mehr tun also. Zustimmendes Nicken – und skeptische Blicke. Sollte

also. Oder wie Leyendecker sagt: „Aufgaben im Zuständigkeitsbereich lösen.“ Wenn die Leser dem Endergebnis dann noch einen Moment Beachtung schenken, habe man schon viel erreicht.



das etwa das Zauberrezept für die gute Recherche sein? Der Grundstein für den umwerfenden Aufklärer-Artikel? Fast schon zu simpel und allgemein scheint das Erfolgsrezept aus dem Munde des ehemaligen SPIEGEL-Redakteurs Hans Leyendecker zu sein, der seit 1997 für die Süddeutsche Zeitung arbeitet. Um „Recherche als Beruf“ soll es in seinem morgendlichen Erzählcafé gehen. Ziel ist die Klärung der Grundfragen: Was macht einen guten Rechercheur aus? Was ist die Aufgabe einer guten Recherche – und wie lässt sie sich im heutigen Redaktionsalltag noch umsetzen?

Eins fällt von Beginn an auf: Leyendecker zeigt Understatement. Keine Spur von Stolz oder gar Selbstzufriedenheit ob seines guten Rufes, den er unter Kollegen und Lesern besitzt. „Der Name hilft manchmal“, sagt Leyendecker, „oft schadet er aber auch.“ Persönliche Eitelkeit sei eines der Hauptprobleme für eine gute Recherche. Und so führt die Frage, was gute Recherche denn bewegen könne, zu einer Ermahnung an ihn selbst: „Leyendeckerchen, mach dich nicht so wichtig!“

Auch was den Recherchealltag angeht, gibt sich der Mann auf dem Podium bodenständig. Wunschdenken und tägliches Tun liegen seiner Ansicht nach oft meilenweit voneinander entfernt. Denn, so Leyendecker: Recherche im Alltag ist oft wesentlich profaner und banaler, als man sich dies vorstellen mag. Ziel habe stets der einfache Anspruch zu sein, dass ein Journalist an Dinge kommen müsse, die normalerweise nicht verfügbar wären. Fleißarbeit machen

Überhaupt – die Rolle des Lesers. Leyendecker konstantiert nüchtern: „Die Menschen haben eine Erwartungshaltung, die der Journalist bedienen soll.“ Wen Leyendecker selber bedient? „Die Leser der Süddeutschen Zeitung.“ Dann die erste kritische Frage. Wie man denn seinen Chef dazu bekommen könne, in Zeiten knapper Kassen gegen den Mainstream zu schwimmen und Zeit sowie auch Geld für eine gute Recherche zu investieren, will eine Zuhörerin wissen. „Das hängt vom Chef ab, ob er sein Handwerk versteht“, sagt Leyendecker. Und schon geht es weiter. Nächstes Thema. Schade! Dabei wäre eine ausführlichere Antwort durchaus interessant gewesen, schließlich muss im schnelllebigen Tagesgeschäft oft genug saubere Recherche gegen den akuten Zeitdruck abgewägt und auch gegenüber Vorgesetzten gerechtfertigt werden.

Echte Erläuterungen gibt es dann wieder bei der Frage, was einen guten Rechercheur ausmacht. Für Leyendecker ist es vor allem eines: Menschen Respekt entgegenzubringen, sich für sie zu interessieren. Und dazu gehört auch, im Gespräch mit den eigenen Kontakten zu bleiben. „Das informelle Netzwerk“ betreuen, nennt es Leyendecker.

Dann ist auch schon Schluss, das Publikum strömt nach draußen – Zeit, vielleicht mal wieder einen „Schlag mehr zu tun.“

Lasse Osteneck ist Stipendiat der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Erzählcafé I „Mafialand Deutschland“ mit Jürgen Roth

Mit langem Atem gegen die Mafia von Kolja Robra

Mit dem Sechsfachmord von Duisburg vor zwei Jahren schienen Medien und Politik kurz aufgeschreckt. Über Mafia-Aktivitäten in Deutschland wurde plötzlich berichtet. Warum interessiert sich heute niemand mehr für die Ndrangheta? Und welcher Journalist geht den Hintergründen des russischen Opel-Investors Oleg Deripaska nach? Jürgen Roth findet, dass noch viel Aufklärungs- und Überzeugungsarbeit in Deutschland notwendig ist: „Ich erwarte von Journalisten, dass sie sich über Investoren informieren.

zur „Oberwelt“, erzählt Roth, sei wichtig. Man müsse sich mit ihnen treffen. Und das nicht nur, weil man gastfreundlich behandelt werde und mitunter vorzüglich Fisch bei ihnen essen könne. Um die Figuren der kriminellen „Oberwelt“ zu Gesprächen zu überreden, reiche es manchmal, ihnen zu sagen, man wolle „objektiv“ über sie berichten. Roth hält ein Foto hoch: „Dieser Waffen- und Drogenhändler sitzt heute im Gefängnis.“



Dass sie es nicht oder zu wenig tun, liegt nicht an der Ausbildung, sondern an einer gewissen Blindheit oder eventuell auch Angst.“ Man wolle sich oft nicht mit bestimmten Dingen beschäftigen. Die Mafia sei aber kein exotisches Problem. „Es wird nur flächendeckend in den Medien als Problem dargestellt, das uns nichts angeht“, sagt Jürgen Roth den knapp 80 Teilnehmern zu Beginn des einstündigen Erzählcafés.

Seit zwei Jahrzehnten beschäftigt er sich mit Organisierter Kriminalität und Mafia. Es fing an mit Recherchen über die nationalistischen Grauen Wölfe in der Türkei, auf deren Todesliste er stand. Das seit dieser Zeit aufgebaute Netz an Informanten und Kontakten ist heute sein Kapital. Die Nähe

Oft würden die eigenen Recherchen und Interviews ergänzt durch Informationen von BKA, Polizei und Staatsanwaltschaft. Aber auch von anderen Journalisten bekomme er Hinweise. Der Austausch zwischen italienischen Journalisten in Kalabrien und deutschen Journalisten sei zuweilen sogar besser als der Austausch zwischen den ermittelnden Beamten. Grundsätzlich aber gelte: Die Informationsweitergabe unter Kollegen könnte besser sein. Roth appellierte daher an die Solidarität unter investigativen Journalisten: „Wenn ich Material habe, womit ich nichts anfangen kann, gebe ich das an Kollegen weiter.“ Schließlich sei nicht wichtig, wer über etwas berichte, sondern dass über die Bedrohung durch mafiöse Strukturen und Organisierte Kriminalität berichtet werde.

Einen langen Atem, finanziell und zeitlich, müsse man mitbringen, um an die gewünschten Informationen zu kommen. „Zwei, drei, vier Jahre können Recherchen schon mal dauern. Aber das ist mein Vorteil. Ich kann ja warten“, so Roth. Heute könne er sich über seine Bücher finanzieren. Früher musste er Kredite aufnehmen. Die notwendigen Reisen sind kostenintensiv. Früher wurden reine Recherchearbeiten noch vergütet. Heute zahlen die Sender nur noch für Ergebnisse, beklagt Roth.

Als Hauptgrund für die mangelnde Berichterstattung über mafiöse Strukturen und Organisierte Kriminalität wird von den Teilnehmern der Veranstaltung mehrfach das Desinteresse der jeweiligen Redaktionen an „heiklen Themen“ aufgeführt. Ein Teilnehmer konnte anschaulich schildern, wie seine kritischen Berichte über die grassierende Online-Kriminalität auf einer Online-Auktionsplattform in der Redaktion eines privaten Fernsehsenders abgeschmettert wurden. Die Begründung sei ganz offen kommuniziert worden. Man habe gerade ein lukratives Werbepaket an jenen Online-Anbieter verkauft, über den er berichten wollte. Ob bei einer solchen Entwicklung nicht irgendwann zwangsläufig die öffentlich-rechtlichen Sender die letzten Bastionen der investigativen Recherche im Rundfunk sein werden, ist eine Frage, die bei der Veranstaltung im Raum stehen blieb. Fraglich bleibt außerdem, inwieweit die deutschen Zeitungen, die Roth in der Pflicht sieht, mehr in investigative Recherchen zu investieren, dieser Forderung angesichts ihrer momentanen wirtschaftlichen Situation überhaupt nachkommen können.

Ob er Angst habe, möchte jemand von Roth wissen. „Man sollte das nicht so hoch hängen mit der Angst“, beschwich-

tigt Roth. Außerdem seien es nicht die Schlägerbanden aus der „Unterwelt“, die ihm Sorge bereiten. Vielmehr machen ihm Londoner Anwaltskanzleien zu schaffen, die von der finanzstarken „Oberwelt“ angeheuert werden und ihn verklagen, wenn er ihre Namen in seinen Büchern nennt. Das Risiko nimmt er aber in Kauf: „Manchmal bekomme ich einen auf den Deckel. Aber ich habe ja eine Vermögenshaftpflichtversicherung“, scherzte Roth. Roths genaue Definition von „Ober-“ und „Unterwelt“ sowie von „Mafia“ und „Organisierter Kriminalität“ hätte seinen spannenden Erzählungen spätestens an dieser Stelle gut getan.

Roths Fazit über das „Mafialand Deutschland“: Auch wenn noch viel investigative und publizistische Arbeit notwendig sei, habe er das Gefühl, dass Bewegung in die Berichterstattung komme, z. B. im Hinblick auf den Graubereich zwischen Organisierter Kriminalität und Profifußball. Dort nehme er erste Anzeichen wahr, dass über dubiose Kontakte und Aktivitäten, z. B. von osteuropäischen Geschäftsmännern, berichtet werde. Insgesamt sei die Berichterstattung aber nicht nachhaltig. Und dass, obwohl investigativer Journalismus die Politik vor sich her treiben könnte. Bisher gebe es keinen einzigen Politiker in Deutschland, der sich ernsthaft mit der in Deutschland operierenden Mafia und ihrer Wirtschaftskriminalität beschäftige. „Darauf wette ich 10 Flaschen Champagner“, sagt Roth zum Ende der Veranstaltung.

Der Blog von Jürgen Roth: www.mafialand.de

Kolja Robra ist Volontär beim Norddeutschen Rundfunk.



Erzählcafé I „Von Rechten, Rockern und Recherchen. Crossmedial bei Rechtsradikalen“

mit Christine Kröger (Weserkurier) und Angelika Henkel (NDR)

Bei den Neonazis auf der Dartscheibe

von Björn Ahrend



Am Anfang steht das Misstrauen. Einfach mal nicht glauben, was der Bundesverfassungsschutz erklärt. Stattdessen selbst nachforschen, hartnäckig bleiben. So fand Christine Kröger, Chefin des Niedersachsen-Ressorts beim Weser-Kurier aus Bremen zu dem Thema, das sie seit nunmehr vier Jahren beschäftigt: Rechtsextremismus. Im Nachgang der NPD-Verbotsdebatte wollte sie wissen, welche Probleme es gebe mit Rechtsextremen in und rund um die Hansestadt. Die Behörden wiegelten ab: „Die dachten, sie hätten das im Griff“, berichtet Kröger. Als sie auf eigene Faust nachbohrte, sah die Lage ganz anders aus.

Auch Angelika Henkel weiß, wie notwendig gute und dauerhafte Recherchen auf diesem Gebiet sind. Schließlich, so die NDR-Fernsehredakteurin mit dem Schwerpunkt Rechtsextremismus, gebe es bei diesem Thema „keine Pressestellen, wo man einfach anrufen kann.“ Doch wer den Neonazis auf die Pelle rückt, muss sich auch einige Verhaltensweisen einprägen, die bei anderen Themen nicht notwendig wären. Denn die Mitglieder der Szene sind nicht nachsichtig, Racheaktionen nie auszuschließen. Sich nicht ins Melderegister eintragen zu lassen, ist da noch die leichteste Übung. Wer aber regelmäßig Klingelschilder auswechselt oder sich auf der Fahrt vom Dreh umdreht, um sicherzugehen, dass niemand folgt, weiß, dass Journalisten nicht nur in Krisengebieten zu ständigen Vorsichtsmaßnahmen gezwungen sind. Trotzdem bereuen Kröger und Henkel nicht, sich auf das heikle Thema Rechtsextremismus eingelassen zu haben. Die beiden Journalistinnen kooperieren intensiv – und leben damit medienübergreifendes Arbeiten vor. Sie tauschen sich aus, um Aussagen auf ihre Richtigkeit zu prüfen oder mit Hintergrundwissen zu unterfüttern. Das ist umso wichtiger, da auf offizielle Quellen kaum Verlass ist. „Vom Bundesverfassungsschutz übernehme ich nichts eins zu eins“,

erklärt Kröger entschieden. Sie und Henkel nutzen stattdessen die Recherchearbeit von Organisationen wie der Antifa. „Ohne die könnte die Polizei einpacken“, sagt die NDR-Redakteurin. Außerdem sei die rechte Szene genauso wenig den Medien gegenüber verschlossen wie sie innerlich geeint ist. Im Gegenteil: Nicht selten liegen Führungspersonen verschiedener Ebenen miteinander im Clinch. Die Möglichkeit, sich über Medienkontakte zu profilieren oder Nachrichten zu lancieren, die andere Gesinnungsgenossen diskreditieren, bringt viele Rechtsextreme zum Reden. Trotzdem bleibt der Umgang mit Rechtsextremisten eine heikle Angelegenheit. Kröger nennt diesen zwar „Zusammenarbeit“, würde den braunen Genossen aber nie ein Forum bieten zur Verbreitung ihrer Gesinnung, zum Beispiel durch ein Wortlaut-Interview. Doch auch gegenüber der anderen Seite, dem Staat und seinen Organen, müssen Journalisten vorsichtig sein. „Wir sind keine Hilfsbeamte der Staatsanwaltschaft“, betont Henkel. Schließlich gelte der Informantenschutz.

Inzwischen sind die Zeiten vorbei, als Kröger sich unerkannt in eine Kneipe setzen konnte, um sich beim Bier an Rechtsextreme heranzupirschen. „Man betreibt immer Recherche auf Umwege“, berichtet Kröger. Henkel sucht immer wieder lokale Zugänge, um sich an die Szene anzunähern: „Man muss nur zu einer unverfänglichen Veranstaltung wie einem Heidelauf gehen. Da machen Rechte mit und tragen völlig unbefangen ihre T-Shirts mit nationalen Parolen.“ Die Rechtsextremen bei solchen Gelegenheiten zu beobachten, darüber zu berichten und zu enttarnen – dafür nehmen Kröger und Henkel auch in Kauf, dass ihre Fotos wohl bei manchem Rechtsextremen daheim auf der Dartscheibe prangen.

Björn Ahrend ist Volontär beim Norddeutschen Rundfunk.

Erzählcafé | „Leben und Sterben für Kabul“

mit Hubert Seipel (Fernsehjournalist)

„Guten Morgen Afghanistan“ – Dreharbeiten zwischen Angst und Alltag

von Ronja von Wurmb-Seibel

Als Hubert Seipel seinen Vortrag beginnt, ist er frisch rasiert. Kein einziger Stoppel ist auf seinem Kinn zu sehen. Ganz anders muss der Fernsehjournalist ausgesehen haben, als seine Dreharbeiten zum Dokumentarfilm „Leben und Sterben für Kabul“ begannen. Damals trug er einen Bart. Lang und gepflegt, so wie es in Afghanistan üblich ist. Seipels Bart war eine Sicherheitsmaßnahme – eine von vielen.

Immer wieder hat Hubert Seipel 1992 Afghanistan bereist. Doch als die Idee zu einem Film über deutsche Soldaten am Hindukusch entsteht, ist er schon zwei Jahre lang nicht mehr im Land gewesen. Die aktuellen Verhältnisse vor Ort kennt er zu diesem Zeitpunkt nicht.

Trotzdem will er herausfinden, ob die Bundeswehr in Afghanistan in einen Krieg verwickelt ist. Offiziell ist sie es nicht. Die Soldaten sollen beim Aufbau des Landes helfen, Schulen errichten, Brunnen bohren und Polizisten ausbilden. Sie gelten als bewaffnete Sozialarbeiter. Einen Krieg, so der ehemalige Verteidigungsminister Peter Struck, gebe es nicht. Die Erfahrungen, die Seipel in Afghanistan sammelt, sind allerdings andere – entsprechend auch die Bilder, die er während der fünfeinhalbwöchigen Dreharbeiten mit seinem Team einfängt.

„Guten Morgen, Afghanistan“, begrüßt ein gutgelaunter Moderator die Hörer von Radio Andernach, einem Bundeswehresender, der deutschen Soldaten den Alltag erheitern soll und auf eine sehr spezifische Art und Weise informiert. Seipels Film ist mit Andernach-Ausschnitten unterlegt: Deutsche Schlager, Wetterbericht und Veranstaltungstipps für den Abend. Dazu Aufnahmen einer schroffen, vegetationslosen Landschaft, Bilder von Patrouillenfahrten der Bundeswehr und ärmlichen Behausungen afghanischer Familien. Der Film soll Gegensätze zeigen.

„Nicht nur 92 Euro steuerfreie Einsatzprämie pro Tag bekommen die Soldaten“, sagt Seipel, „sondern auch jede Menge Angst.“ Denn entgegen dem Bild, dass der deutschen Öffentlichkeit präsentiert werde, sei die Lage in Afghanistan nicht sicher. Noch immer beherrscht Korruption das Land, noch immer ist Drogenhandel ein ungelöstes Problem. Der Opiumanbau ist in den letzten Jahren sogar deutlich gestiegen. Immer wieder werden deutsche Soldaten bei Anschlägen verletzt oder getötet.

Im Fernsehen läuft Fußball, davor sitzen deutsche Soldaten und trinken Bier – Feierabendstimmung im afghanischen Lager der Bundeswehr. Eine völlig harmlose Situation, aufzeichnen durfte Hubert Seipel sie dennoch nicht. Hohe Dienstgrade des Militärs hatten ihre Zweifel. Das Problem waren die Bierflaschen. Die deutsche Öffentlichkeit soll

schließlich nicht den „falschen“ Eindruck bekommen vom Einsatz ihrer Bundeswehr. Mit Situationen wie dieser wird Hubert Seipel während der Dreharbeiten immer wieder konfrontiert. Die „Macht der Bilder“ ist hart umkämpft in Afghanistan. Schnell werde der Verkauf von Fotografien oder Filmmaterial zum politischen Geschäft. Vor allem nach Anschlägen auf deutsche Soldaten. Entsprechendes Material werde entweder aufgekauft oder es verschwinde, so Seipel. Denn Verletzte oder gar Tote auf deutscher Seite passten nicht ins Bild, das die deutsche Regierung vom Einsatz in Afghanistan zeichnen wolle. Dann schon eher der Besuch von hochrangigen Ministern, wie Struck oder Steinmeier mit feierlichen Eröffnungen afghanischer Polizeischulen und euphorischen Reden zu den Fortschritten der deutsch-afghanischen Zusammenarbeit.

Bei den offiziellen Besuchen der Minister ist Seipel dabei. Sein Team fährt aber auch zu riesigen Opiumfeldern außerhalb des Einsatzgebietes der deutschen Bundeswehr, begleitet Soldaten auf mehrtägigen Patrouillen, und filmt, wenn sogenannte Warlords die Bitten ihrer Stammesmitglieder anhören. Diese Realität bekommen die meisten Vertreter westlicher Medien nicht zu sehen. Denn ohne den Schutz der Bundeswehr wird es für Journalisten in Afghanistan schnell gefährlich. Seipel baute während der Dreharbeiten auf die afghanische Gastfreundschaft und ein weit gespanntes Netz hilfreicher Kontakte. Er ließ sich von unterschiedlichsten Clans einladen – und bekam neben beeindruckenden Bildern den weitgehend sicheren Transfer inklusive.

Nur so konnte er den Blickwinkel weiter fassen und mehr als die „offiziellen“ Szenen ins Bild holen. Deshalb macht Seipel den Berichterstattern westlicher Medien in Afghanistan keinen Vorwurf. Ohne entsprechende Kontakte könne man sich nicht frei bewegen. Die Traditionen des Landes kennen und Vertrauen herstellen brauche viel Zeit. Zeit, die im täglichen Nachrichtengeschäft nicht bleibt.

Die Jury des Grimme-Preises, die Seipel in diesem Jahr für seine Dokumentation auszeichnete, nennt diese Arbeitsweise „Aufklärung in bester Tradition“. In Zeiten des gelenkten und eingebetteten Journalismus sei „Leben und Sterben für Kabul“ ein unabhängiger und informativer Film.“ Trotz so viel Lob zeigt sich Seipel bei seinem Vortrag realistisch. „Wir werden bei solchen Geschichten immer nur Ausschnitte zeigen können.“

Ronja von Wurmb-Seibel ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Erzählcafé I „Lernen von den Profis – Vernehmen, Interviewen, Befragen“

mit Julia Kaldinski (Dipl.-Psychologin) und Gisela Friedrichsen (Der Spiegel)

Die Wahrheit? Und wenn ja, wie viele?

von Désirée Therre

Warum erinnern wir uns an den Abend unseres letzten runden Geburtstages und an das, was wir am 11. September 2001 gemacht haben, nicht aber an die Kassiererin aus dem

und Verhaltenstrainerin, der Rest wandert ins Langzeitgedächtnis. Sachinformationen und Autobiografisches werden im so genannten deklarativen Gedächtnis gespeichert,



Supermarkt von vorgestern Abend? Ganz einfach: Erinnerungen, die emotional besetzt sind, können im Gehirn leichter abgerufen werden. Wie Erinnerung entsteht, das ist ein komplizierter Prozess. Vor voll besetztem Saal erklärt die Diplompsychologin Julia Kaldinski aus Berlin in groben Zügen, wie das menschliche Gehirn funktioniert, auf welche Weise das Gedächtnis arbeitet und Erinnerung entsteht – die wahr oder falsch sein kann. Die Psychologie des Erinnerns kann bei der journalistischen Arbeit helfen, die richtigen Fragen zu stellen und den Wahrheitsgehalt von Antworten besser einschätzen zu können. Doch erst, wer die zugrunde liegenden Mechanismen kennt, kann sie für sich nutzen. Wie funktioniert also unsere Erinnerung? Informationen, die wir über die Sinne aufnehmen, gelangen zunächst in das sensorische Gedächtnis. Akustische Signale werden in dem „Ultrakurzzeitgedächtnis“ rund zwei Sekunden gespeichert, visuelle Signale nur wenige Millisekunden. Von dort aus gelangt ein Bruchteil der Information weiter ins Kurzzeitgedächtnis. Etwa sieben Begriffe können dort zur gleichen Zeit gespeichert werden, erklärt die Psychologin

Handlungsmuster, die im Laufe des Lebens erlernt werden, im kondeklarativen Gedächtnis. Soweit die wissenschaftlichen Grundlagen im Schnelldurchlauf.

Wie können Journalisten nun dieses Wissen nutzen? „Konditionierte Furchtreaktionen spielen für Richter eine große Rolle und für Journalisten auch, wenn sie mit traumatisierten Menschen arbeiten“, so Kaldinski. Bei Traumpatienten sind Emotionszentren überlastet, es findet keine Verarbeitung statt. Solche Personen sind anfällig, Scheinwahrheiten zu bilden und können nicht mehr zwischen Wahrheit und Lüge unterscheiden. Die konstruierte Erinnerung wird zur Wahrheit. Diese zu erkennen ist für Richter und auch Journalisten schwer.

Wie aber wird die Einbildung zur Erinnerung? Eine Erklärung liefert das Interaktionsmodell zwischen Fragesteller und Befragtem: Journalisten stellen Fragen auf der Grundlage von Hypothesen, die sie aufgrund ihres Vorwissens gebildet haben. „Oft haben wir schon vorher ein Bild, wie es

sein könnte“, sagt Kaldinski. Psychisch labile Personen empfinden oft einen Mangel – sei es ein Mangel an Liebe und Aufmerksamkeit oder ein Wissensmangel. Solche Personen wollen gefallen und lassen sich eher falsche Begebenheiten suggerieren und lassen sich Hypothesen der Richter oder Journalisten als Wahrheit aufdrängen. Je öfter diese falsche Version eines Ereignisses im Gehirn abgerufen wird, desto fester setzt sie sich fest. Bis sie schließlich zur Wahrheit wird.

Beim psychologischen Interview kann es auch hilfreich sein, auf die Mimik und Gestik des Befragten zu schauen und sensibel dafür zu sein, welche Fragen in dem Gegenüber Leben auslösen. Ein geschulter Mensch könne beispielsweise darauf achten, wann der Interviewte die Pupillen aufreißt, da er erschrickt, so die Psychologin. Ein aufmerksamer Beobachter könne dann auch zwischen einem echten und einem vorgetäuschten Lachen unterscheiden. Auch die so genannten Illustratoren, zum Beispiel mit den Händen die Größe eines Gegenstandes zu verdeutlichen, und Adaptoren, das Kratzen hinter dem Ohr oder andere kleine Gesten aus Verlegenheit oder Furcht, können Antworten auf der Suche nach der Wahrheit geben. Generell gilt: Hört der Befragte auf zu illustrieren, ist der Journalist mit seinen Fragen auf dem Holzweg.

Gisela Friedrichsen ist eine, die weiß, wie stark die Macht der Suggestion ist. Die Grande Dame der Gerichtsreportage arbeitet seit zwanzig Jahren für den „Spiegel“. Wie sehr suggestive Fragen die Wahrheit verzerren können und eine Erinnerung erzeugen an etwas, das gar nicht passiert ist, hat sie dort erlebt. Eines der bekanntesten Beispiele ist der Fall Pascal aus dem Jahr 2001. Der damals Fünfjährige aus Saarbrücken-Burbach verschwindet am 30. September spurlos. Die Ermittlungen laufen ins Leere. Zeugen und Angeklagte werden suggestiv in ihren Aussagen beeinflusst und

alle Zwölf im Jahr 2007 freigesprochen. Der Bundesgerichtshof in Karlsruhe hat die Freisprüche Anfang des Jahres bestätigt. Das Wahre ihrer Aussagen war nicht mehr zu erkennen. „Die Grundsätze der Befragung wurden über Bord geworfen“, sagt Gisela Friedrichsen, „da wurde dann eine harmlose Uhrzeitverwechslung als Lüge hingestellt“. Gerade psychisch labile Menschen ließen sich leicht etwas suggerieren. Richter wie auch Journalisten sollten sich davor hüten, mit einem Tunnelblick zu recherchieren. Um sich davor zu wappnen, helfe nur, sich in die Prozesse zu setzen und zuzuhören, meint Friedrichsen.

Ihre Aufgabe sei es, zu schreiben, ohne vorweg zu nehmen, und auch über Widersprüche zu berichten. Und als Berichtserstatlerin präzise und sensibel zu sein – gerade wenn es um eine Gerichtsverhandlung gehe. Das hieße dann auch mal, die „saftigsten Stellen aus den Akten nicht auszumalen“, so Friedrichsen. Solche grausamen oder pikanteren Details nicht zu schreiben, bedeute nicht, dass die journalistische Qualität leide. „Ich vernehme, verurteile und ermittle nicht“, sagt sie, „ich bin weder Hilfsorgan der Täter noch der Staatsanwaltschaft“, so sieht Friedrichsen ihre Aufgabe im Gerichtssaal. Auf die Anschuldigungen, dass sie die Verfahren steuere, hat sie nur eine Antwort: „So ein Schwachsinn“. Auch wenn sie letztendlich oft das herausbekommt, was die Richter herausbekommen – wenn sie Tag für Tag am Prozess teilnimmt und Fragen und Antworten notiert. Wie sicher die forensische Wahrheit ist, die in Urteil oder Freispruch mündet, bleibt ungewiss. „Wenn sie mir sagen, wo die Wahrheit ist, geh ich da mal hin“, sagt Friedrichsen.

Désirée Therre ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Handwerk-Journalismus I „Die Fehler-Finder – Fact-Checking im Journalismus“

mit Mathias Unger (Geo), Dr. Hauke Janssen (Der Spiegel), Jens Bergmann (brand eins), Friedhelm Greis (Wikipedia)
Moderation: Jürgen Webermann (NDR)

Besserwisser von Beruf

von Hanne Detel

„Fact-Checking ist wie der Besuch beim Zahnarzt“, sagt Journalist Jens Bergmann. „Man geht besser regelmäßig hin.“ Denn: Wie die Zahl der Löcher in den Zähnen, ist die der Fehler in Artikeln meist größer als gedacht. Im Spiegel sind es im Durchschnitt rund zehn pro Seite, die vor Andruck herausgesiebt werden.

In Deutschland setzen nur einige wenige Redaktionen wie Geo, Der Spiegel oder Brand Eins auf das Arbeitsmodell

Erklärung für den Ansturm: Das erste Mal überhaupt hat es das Thema Fact-Checking auf die Agenda einer Journalistenkonferenz geschafft.

Die Arbeit der Dokumentare beginnt vor dem eigentlichen Fact-Checking. Bei Brand Eins kommen sie bereits bei den Themenvorschlägen zum Einsatz, um deren Exklusivität zu überprüfen. Beim nächsten Schritt, der Materialsammlung, unterstützen auch Unger und Janssen ihre schreibenden



nach angelsächsischem Vorbild, Journalisten so genannte Dokumentare oder Fact-Checker zur Seite zu stellen. Zwei dieser „Faktenprüfer“ sind Mathias Unger (Geo) und Hauke Janssen (Der Spiegel). Beide befragte der Moderator Jürgen Webermann (NDR) am Freitagnachmittag auf dem Podium „Die Fehler-Finder – Fact-Checking im Journalismus“ zu ihrem Handwerk. Organisator Bertram Weiß hatte außerdem Jens Bergmann (Brand Eins) als Vertreter der journalistischen Seite und Wikipedia-Mitarbeiter Friedhelm Greis eingeladen – die Alibifrau fehlte. Das Interesse an der Veranstaltung war groß, der Konferenzraum zu klein. Gut die Hälfte aller Gäste musste draußen bleiben. Eine mögliche

Kollegen. So sollen die Geschichten mit Fakten aufgeladen werden. Aufforderungen wie: „Sag mir mal alles über die Gesundheitsreform“ kommen laut Bergmann bei Dokumentaren jedoch nicht gut an. Ein bisschen konkreter müssten die Wünsche von Autoren und Redakteuren schon formuliert sein.

Von der zehnsseitigen Reportage bis zur Kurzmeldung – die Fehler-Finder beim Spiegel und bei Geo kontrollieren jeden Artikel im Heft. Bei Spiegel Online wird laut Janssen nur ein kleiner Teil der Texte überprüft, denn für lange Korrekturen ist keine Zeit.

Für Artikel der Print-Ausgabe hat Janssen mal zwei Wochen, mal nur eine Stunde Zeit. Das Prinzip sei aber immer das gleiche: erst alle Fakten unterstreichen, dann diese einzeln überprüfen. Dabei mache eine Reise-Reportage wegen der geringeren Fakten-Dichte weniger Arbeit als ein nachrichtliches Stück.

Zu den häufigsten Fehlern gehören falsch geschriebene Vornamen („Günther oder Günter“) und unrichtige Altersangaben. „Zum Teil sind aber richtig große Dinger dabei“, sagt Janssen. Aufgabe beim Fact-Checking sei auch das Ersetzen von so genannten Platzhaltern. „Ein Journalist hat früher immer Daisy oder Donald geschrieben, wenn er einen Vornamen nicht wusste“, erzählt Janssen. „Das weiß man dann irgendwann.“ Auch Unger kennt die Schwächen der Menschen, mit denen er arbeitet: „Die Grafiker bei Geo zeichnen zwar klasse Karten, aber mit dem Schreiben von Straßennamen haben sie ab und zu ihre Probleme.“

Aussagen von Informanten müssen einem Plausibilitäts-Check standhalten. Dafür werden oftmals Tonbänder erneut abgehört oder die Notizen der Journalisten zu Rate gezogen. In Ausnahmefällen nehmen die Fehler-Finder dafür nochmals direkten Kontakt mit den Informanten auf, jedoch nur in Absprache mit der Redaktion.

Trotz aller Gründlichkeit rutschen unter Zeitdruck manchmal Fehler durch. So habe ein Journalist einmal ein falsches Zitat eines Ministers als Platzhalter in seinen Text geschrieben, erzählt Janssen. Dieses klang jedoch authentisch und wurde beim Faktencheck übersehen.

In der Welt von Wikipedia funktioniert die Fehlersuche nach anderen Prinzipien: Im Unterschied zur Faktenkontrolle bei Zeitschriften gehen Hobby-Fact-Checker bei dem Web-

lexikon laut Greis erst nach der Publikation eines Artikels an die Arbeit. Dabei dienen Wikipedia Tausende von Nutzern als Dokumentare und Autoren – darunter Experten, die so manchen kleinen Fehler finden. Auch gibt es für einzelne Themengebiete „Qualitätssicherungsteams“, die Fakten prüfen. Die Nutzer müssen also Geduld haben, denn die Texte werden meist erst im Laufe der Zeit besser.

In vielen Redaktionen ist Wikipedia tabu – zu unsicher, heißt es. Und das nicht erst, seitdem Wirtschaftsminister Karl-Theodor zu Guttenberg dort einen elften Namen hinzugedichtet bekam, der dann auf sueddeutsche.de und Co. Karriere machte. Unger und Janssen sind dem Weblexikon gegenüber offener: „Wikipedia ist ganz großartig, mit guten weiterführenden Links. Wir nutzen die Plattform selbst auch. Aber ganz wichtig: Man sollte niemals nur Wikipedia verwenden.“ Einmal bekam Unger die Texte zu den Bildern des größten und teuersten Geo-Kalenders zur Korrektur, um dann festzustellen, dass alle Informationen aus Wikipedia stammten. Das bedeutete eine komplett neue Recherche. „Zu Ehren von Wikipedia muss ich sagen, dass ich keinen einzigen Fehler gefunden habe“, sagt Unger.

Bergmann spart als Vertreter der schreibenden Journalisten nicht mit Lob für die Arbeit der Fact-Checker: „Ein toller Service, der uns sehr, sehr gut tut.“ Er könne sich nicht vorstellen, wie sein Heft sonst zu machen sei. Qualitätsjournalismus brauche eine gewisse Arbeitsteilung – und damit die Besserwisser von Beruf. Aber auch deren Arbeit hat Grenzen: „Wir rufen bei keiner Hotelrezeption an, um zu überprüfen, ob der Journalist auch wirklich dort war“, sagt Janssen.

Hanne Detel ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Denjenigen Journalisten, die nicht den Luxus von Faktenprüfern in Anspruch nehmen können, raten die vier Experten, die recherchierten Informationen mithilfe der folgenden Fragen selbst zu überprüfen:

- Habe ich mindestens zwei unabhängige Quellen für die Information?
- Wie glaubwürdig sind diese Quellen?
- Sind die Informationen aus erster, aus zweiter oder gar dritter Hand?
- Wer sagt mir etwas aus welchem Grund?
- Was sagt die Gegenseite?
- Sind die Informationen richtig oder klingen sie nur gut (z.B. Superlative)?

Und das beste Mittel gegen Betriebsblindheit: Jeden Text von einem Kollegen gegenlesen lassen.

Workshop I „Viel Lob, keine Kohle – Wie Freie besser verhandeln können“
mit Christian Sauer (Journalisten-Coach). Moderation: Kai Schächtele (Freischreiber)

Her mit der Kohle!

von Selina Byfield

Die Teilnehmer drängten sich im Raum, hockten auf den Heizungen und standen bis zur Tür. Die meisten dürften freie Journalisten gewesen sein. Schließlich sollte es um die Frage gehen, wie man als Freier geschickt über das Honorar verhandelt – und zwar trotz Wirtschaftskrise, Anzeigenflaute und Kostendruck auf Seiten der Auftraggeber. „Wir sollten die Zeit nutzen, um neue Strategien auszuprobieren, damit wir gestärkt aus der Krise hinausgehen“, sagte Moderator Kai Schächtele zum Auftakt. Er ist der Vorsitzende von Freischreiber, dem Berufsverband freier Journalistinnen und Journalisten.

streng von einander zu trennen und sich nicht von zwei Seiten bezahlen zu lassen.

Als Referent zum Thema „Besser Verhandeln“ saß Journalisten-Coach Christian Sauer an der Seite von Kai Schächtele, der fünf Fallbeispiele schilderte, die Kollegen per E-Mail berichtet hatten. So wie etwa dieses: Eine Journalistin arbeitete als freie Redakteurin für eine Tagesszeitung. Zunächst habe sie eine Tagespauschale von 60 Euro erhalten, nach drei Jahren harter Verhandlungen 80 Euro. Als vor zwei Jahren ein Hochschulabsolvent und ein Anfänger mit



Der Verein, der im November 2008 gegründet wurde, will die bisherigen Einzelkämpfer miteinander vernetzen und ihre Interessen gegenüber Verlagen und Rundfunkanstalten vertreten. Er fordert bessere Arbeits- und Honorarbedingungen sowie eine professionellere Zusammenarbeit mit den Redaktionen, um einen unabhängigen Qualitätsjournalismus sicherzustellen. In einem wichtigen Punkt unterscheidet sich die Sicht der Freischreiber aber von der des Netzwerks Recherche: Da viele Freie auf PR-Aufträge finanziell angewiesen sind, sind Veröffentlichungen in Unternehmenspublikationen kein Ausschlusskriterium für Mitglieder. Sie verpflichten sich jedoch, Journalismus und PR

90 Euro Tagessatz eingestellt worden seien, habe sie wieder um ein Gespräch gebeten. Heute bekomme sie lediglich 85 Euro am Tag. Das Argument der Chefredaktion: Die Kollegin könne nicht schreiben. „Nebenbei bemerkt: Ich arbeite seit neun Jahren für diese Redaktion, schreibe gelegentlich für den Mantel und erledige nahezu alle Aufgaben eines voll arbeitenden Redakteurs – noch nie wurde ich wegen meiner angeblichen ‚Nicht-Schreibe‘ kritisiert“, zitierte Schächtele.

Er und der Journalisten-Coach Sauer waren sich einig: Der Kollegin sei übel mitgespielt worden und offensichtlich habe der Chefredakteur keinerlei Respekt. Allerdings trage

sie ihren Teil dazu bei. „Das kann man eine Zeit lang oder als Anfänger mal machen, aber nach zwei, drei Jahren spätestens muss man da raus“, so Schächtele. Der Journalisten-

Freier, der etwa Wochenendtermine übernehme, Texte in der gewünschten Länge sowie brauchbare Überschriften und Titel liefere.



Coach Sauer betonte: Bevor sich freie Journalisten überhaupt Verhandlungsstrategien zurechtlegten, müssten sie ihre Arbeit professionalisieren. „Viele wollen zwar Tricks lernen, wie sie gut verhandeln können, aber eigentlich fehlt ihnen die Grundlage einer erfolgreichen Selbständigkeit“. Dazu gehöre natürlich eine „realistische Bedarfrechnung“. Wer auf Dauer unrentabel wirtschaftete, so Sauer, dem nütze die schönste Schreibe wenig.

Ein weiterer Hinweis des Coachs: Um Auftraggebern im Gedächtnis zu bleiben, solle man sich selbst zur Marke machen. „Wenn Sie sich auf einer Party jemandem vorstellen, dann bitte nicht als freier Journalist. Stattdessen sollten sie sagen: ‚Ich habe ein Büro für Reisejournalismus‘.“ Die weiteren Ratschläge, man solle sich thematisch spezialisieren, Arbeiten mehrfach verwerten und zum Text auch O-Töne und Videos anbieten, waren allerdings nicht gerade neu. Auch die Belehrung, dass „nun einmal nicht alle für die Brigitte oder den Stern schreiben“ könnten, schien unnötig.

Sauer riet den Freiberuflern, selbstbewusst aufzutreten und auch mal zu pokern. „Signalisieren Sie ganz nebenbei: Bei mir läuft der Laden prima – unabhängig davon wie es wirklich um Sie steht.“ So ähnlich sagte er es im Workshop, wörtlich war es im ausgelegten Merkblatt nachzulesen – zumindest für jene, die eine Kopie ergatterten.

Der vielleicht wichtigste Tipp lautete: „Mach dich unentbehrlich“. Das erreiche man, indem man zum Beispiel mit guten Kontakten und exklusiven Informationsquellen werbe, so der Coach. Was jedem Redakteur gut gefalle: ein

Sauer empfahl auch, in der Verhandlung mögliche Spielräume auszuloten. „Das Honorar ist schließlich nicht nur die Summe, die auf dem Konto landet. Es gibt auch andere Gegenleistungen, die man der Redaktion abringen kann“. So etwa die Aussicht auf besser bezahlte Anschlussaufträge oder die Option auf eine zeitnahe Weiterverwertung. Außerdem solle man klarmachen, dass man sich bei der Recherche nicht selbstverständlich „ein Bein ausreißt“, getreu dem Motto: Je geringer das Honorar, desto weniger Arbeitsaufwand.

Hierzu passte ein Beispiel, das eine andere Kollegin per E-Mail geschildert hatte: Sie habe für eine Reisereportage ein Pauschalhonorar von 1000 Euro ausgehandelt. Der Auftrag schloss ein, dass sie die Reise selbst organisieren und Sponsoren suchen sollte. Als das Honorar später auf 900 Euro gekürzt werden sollte, habe sie durchgesetzt, dass sich die Redaktion im Gegenzug selbst um Reiseplanung und Sponsorensuche kümmerte – gut reagiert, befand Christian Sauer.

Die Leitlinien von Netzwerk Recherche vor Augen, drängt sich die Frage auf, inwieweit die Unabhängigkeit von Journalisten gefährdet ist, wenn – wie im Reisejournalismus längst üblich – bei einer Recherche Fremdenverkehrsämter das Flugticket bezahlen und Reiseveranstalter die Hotelkosten übernehmen. Doch das wurde an dieser Stelle nicht diskutiert – und war auch Thema anderer Veranstaltungen im Rahmen der Jahrestagung.

Selina Byfield ist freie Journalistin in Berlin und Mitglied im Reporter-Netzwerk Textsalon.

Computer & Recherche I „Europaweite Ausschreibungen als Recherchequelle“

mit Sebastian Heiser (taz)

Perle statt Auster

von Cornelia Lütke-meier

Die EU ist zu bürokratisch? Dass Journalisten in dieser Hinsicht dringend umdenken sollten, bewies Sebastian Heiser. In seinem Vortrag „Europaweite Ausschreibungen als Rechercheinstrument“ erklärte der taz-Redakteur, welche wertvollen Auskünfte uns das Europarecht eröffnet. Und das ganz kurzweilig.

Kreditkartendaten statt Stollen – weil zwei hungrige Kuriere im vergangenen Dezember den Klau von Weihnachtsg Gebäck vertuschen wollten, lösten sie einen Skandal aus.

men die Pakete des Landes zu transportieren. Für kostengünstige 1,99 Euro.

Nicht nur seinen investigativen Bericht „Akten auf Rädern“ verdankt Sebastian Heiser inzwischen der Datenbank für EU-Ausschreibungen „Ted“. Aber warum gibt es diesen Recherche-Schatz überhaupt? In rekordverdächtigen fünf Minuten erklärte Heiser alles, was man als Journalist darüber wissen sollte: Mit dem Ziel, dass die öffentliche Hand wirtschaftlich arbeitet, verpflichtet das EU-Vergaberecht die



„Anonym per Post“ habe man der Redaktion ein Paket mit Tausenden von Pincodes und Kreditkartennummern der Landesbank Berlin zugespielt, berichtete die Frankfurter Rundschau am 14. 12. 2008. Zwar war die Ursache der falschen Sendung bald aufgeklärt. Für die Lokalredaktion der taz Berlin blieb im Januar dennoch die Frage: Wie transportieren Berliner Behörden eigentlich ihre Pakete? Das Landesverwaltungsamt gab sich einsilbig: „Sicher“ war die Antwort, Angaben zu bestimmten Firmen wollte man keine machen. Die Datenbank für EU-Ausschreibungen gab hingegen eine genauere Auskunft. Die Firma „Menütaxi GmbH“ hatte am 4. Oktober 2007 den Zuschlag erhalten, als Privatunterneh-

Mitgliedsstaaten, alle größeren Aufträge der öffentlichen Hand europaweit auszuschreiben. Diese Pflicht gilt hierzulande für den Bund, die Länder und die Gemeinden, Anstalten, Stiftungen und Körperschaften des öffentlichen Rechts sowie Unternehmen, auf die der Staat herrschenden Einfluss ausübt. Auch Wasser- und Energieversorger müssen ihre Aufträge offen legen. Diese Verpflichtung war bisher für Aufträge ab einem Volumen von 25.000 Euro bindend, für Bauaufträge lag die Grenze bei 100.000 Euro. Das Konjunkturprogramm der Bundesregierung hat jedoch zur Folge, dass diese Werte bis Ende 2010 auf 100.000 Euro und eine Million Euro angehoben wurden.

Zugegeben: Weder der Begriff „europaweite Ausschreibungen“ noch diese trockenen Zahlen klingen im ersten Moment aufregend. Was sich mit der Datenbank alles herausfinden lässt, ist allerdings mehr als spannend, wie auch die weiteren Beispiele bewiesen, die Sebastian Heiser vorstellte. So entdeckte er eine Ausschreibung vom 19. Mai 2009, in der ein Unternehmen gesucht wird, das Callcenter-Personal für den Raum Berlin auswählen soll. Das Ergebnis seiner weiteren Recherche: Unter Wirtschaftsförderung versteht der rot-rote Senat, Berliner Arbeitslose auch an Callcenter ohne Sozialstandards zu vermitteln, die gerade einmal 6 Euro pro Stunde bezahlen. Ein dritter Fall: Weil er entdeckte, dass die Berliner Polizei das Vergabeverfahren für den Einkauf von „Funksendegeräten mit eingebautem Empfangsgerät“ eingestellt hatte, deckte Heiser auf, dass die Berliner Polizisten aufgrund eines Formfehlers weiterhin auf abhörsicheren Polizeifunk warten müssen. Gerade für investigativen Journalismus liefert die Datenbank viele Vorteile. Weil gesetzlich genau geregelt ist, was veröffentlicht werden muss, finden sich hier auch spannende Informationen, die nicht unbedingt als Pressemitteilung in der Redaktion landen würden. Die Handhabung der Suchmaske ist relativ komfortabel. Wer sich in Minuten-schnelle einen eigenen Account angelegt hat, kann unter <http://ted.europa.eu/> bequem nach Ausschreibungen stöbern, die ein bestimmtes Land, eine bestimmte Stadt oder ein Unternehmen betreffen. Bis zu fünf Jahre kann man dabei zurückblicken, erst dann werden die Daten wieder gelöscht. Wer nicht täglich aufs Neue nachgucken möchte, kann verschiedene Suchprofile speichern und sich alle Informationen, die ihn interessieren, täglich, wöchentlich

oder einmal im Monat bequem per Email zukommen lassen. Der gesamte Service ist kostenlos.

Heisers Fazit: „Ein grandioses Instrument!“ Zwar seien viele der Ausschreibungen für den journalistischen Gebrauch irrelevant, weil es etwa um den Bau einer Turnhalle oder den Einkauf von Druckern gehe. Dennoch würden sich viele Perlen unter den trockenen Texten finden. So viele, dass ruhig noch viel mehr Journalisten danach tauchen sollten.

Nützliche Links:

Die Adresse des Ausschreibungsverzeichnisses lautet:

<http://ted.europa.eu/>

Der komplette Vortrag ist auf Sebastian Heisers Website zusammengefasst:

<http://www.sebastian-heiser.de/ausschreibungen/>

Die Powerpoint-Präsentation findet sich unter:

<http://recherche-info.de/blog/wp-content/src/2009/06/praesentation-ausschreibungen.pdf>

Auf seiner Homepage bietet Sebastian Heiser außerdem auch einen Reader zum Thema Auskunftsrechte an:

www.sebastian-heiser.de/auskunftsrechte

Cornelia Lütke-meier ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Computer & Recherche I „WikiLeaks – Wie funktioniert es und welche Konsequenzen hat es?“

mit Daniel Schmitt (Wikileaks). Moderation: Lars-Marten Nagel (dpa)

Unzensurierte Transparenz

von Sabine Probst

Die aggressivste Presseagentur der Welt – so bezeichnen Daniel Schmitt und Julian Assange ihr seit Ende 2006 existierendes Internetprojekt „WikiLeaks.org“ selbst. Das Internetportal will geheim gehaltene, zensierte oder anderweitig nicht frei zugängliche Dokumente der Öffentlichkeit zugänglich machen. Nutzer können daher auf der Seite die vertraulichen Materialien anonym und unzensiert publizieren – so erklärt sich auch der Namensbestandteil „leaks“ („Lecks“).

Es gebe vor der Veröffentlichung auf der Internet-Plattform eine inhaltliche und technische Authentizitätsprüfung, erklärte Daniel Schmitt, Mitarbeiter des WikiLeaks-Projekts, in dem Workshop der Reihe „Computer & Recherche“. Da keine Zensur stattfinden solle, gebe es keine Kontrolle der Relevanz des Inhalts. Die Quelle müsse sich auch gegenüber WikiLeaks nicht identifizieren.

Von Millionen eingesandter Dokumente seien bereits Hunderttausende veröffentlicht worden. Die berühmtesten Beispiele seien die Handbücher für Guantánamo-Wachsoldaten im Camp Delta für die Jahre 2003 und 2004, die seit Ende 2007 online sind und laut Schmitt als forensischer Beweis für die Lügen der US-Regierung gelten, Grundlage vieler Fachartikel waren und auch durch die Anwälte der Opfer genutzt würden. Weitere brisante Dokumente wie der so genannte Galvin-Report, der Details über einen Spesen-skandal im EU-Parlament beinhaltet, geheime Internet-Zensurlisten aus Thailand oder Unterlagen über die englische Barclays Bank, das schweizerische Bankhaus Julius Bär, das BKA oder den BND sorgen dafür, dass viele Regierungen und Unternehmen alles andere als froh über diese neue Form der Transparenz sind.

Amnesty International hingegen hat das Projekt soeben mit einem Preis ausgezeichnet. Julian Assange, einer der WikiLeaks-Gründer, erhielt Anfang Juni 2009 für die Veröffentlichung von Dokumenten, die Korruption und Menschenrechtsverletzungen in Kenia belegen sollen, den Media Award von Amnesty International im Bereich New Media. Die Veröffentlichungen waren zuvor vor allem Großbritannien auf großes öffentliches Interesse gestoßen.

Während viele deutsche Journalisten dem Internetportal noch etwas skeptisch gegenüber stehen, haben renommierte Zeitungen wie die New York Times und der Guardian es längst als spannende Informationsquelle entdeckt und manche Journalisten nutzen die Seite, um Teile ihrer Recher-

chematerialien der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Allerdings berichtete dpa jüngst, dass trotz der Prüfung durch WikiLeaks die Authentizität der Unterlagen nicht immer gesichert sei. So finde sich auf der Website beispielsweise eine manipulierte Krankenakte, die Apple-Chef Steve Jobs einen positiven HIV-Test bescheinige – angereichert um Kommentare, die das Dokument als Fälschung entlarven. Im Interview mit dpa sagte Thomas Thiel, Redakteur der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, daher treffend: „WikiLeaks ist eine Ausgangsbasis für investigativen Journalismus, sollte aber nur verwendet werden, wenn man auch zur eigenen Recherche bereit ist.“ Sonst werde die Website schnell zu einem Nährboden für Gerüchte.

Auf die Sicherheit der Quellen wird bei WikiLeaks indes großen Wert gelegt: Das Routing der Dateien und die Kommunikation laufen über schwedische Server, da die Gesetze in Schweden den Quellenschutz gewährleisten. Zur weiteren Anonymisierung kann das Netzwerk „Tor“ genutzt werden, es gibt keine Logfiles und alle Festplatten sind verschlüsselt. Die Metadaten der Dokumente werden entfernt und das Dokument wird bei Bedarf von Stempeln oder Markierungen gesäubert, die Rückschlüsse auf den Informanten zulassen könnten. Mit Klarnamen und anderen Angaben innerhalb der Dokumente sieht das jedoch anders aus. Die Frage nach datenschutzrechtlichen Problemen beantwortete Daniel Schmitt lediglich mit dem Hinweis, dass vor der Veröffentlichung nur eine Bewertung der Dokumente, aber keine Bewertung des Datenschutzes stattfinde.

Für die Zukunft plant das ehrenamtlich arbeitende WikiLeaks-Team eine inhaltliche Neustrukturierung, eine verbesserte Indizierung, erweiterte Suchmöglichkeiten und wünscht sich bessere Kontakte zur Presse – der Workshop auf der Jahreskonferenz von Netzwerk Recherche dürfte ein erster Schritt gewesen sein.

Vgl. auch Lars-Marten Nagel (dpa):

Einsatz für absolute Informationsfreiheit im Netz – Wikileaks, unterdrücktes Wissen mit Löchern (<http://www.netzeitung.net/internet/internet/1332697.html>)

Sabine Probst ist freie Journalistin.

Dokumentationen



Die Dokumentationen

**nr-Werkstatt:
Getrennte Welten**

und

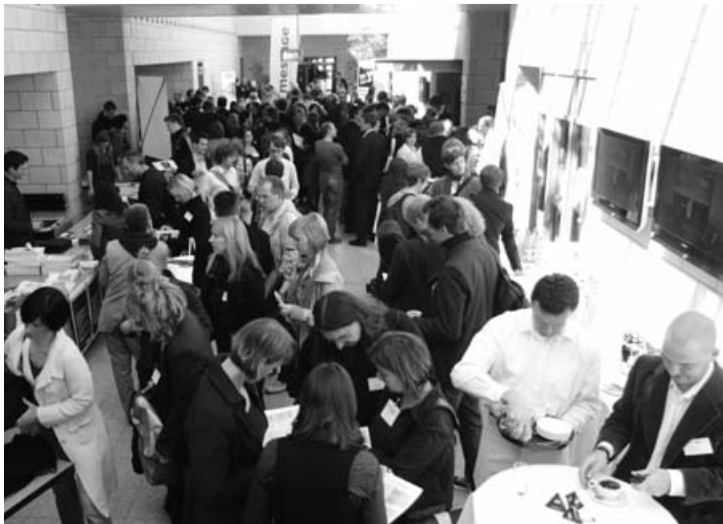
**nr-Werkstatt:
In der Lobby brennt noch Licht**

können kostenfrei gegen einen adressierten und ausreichend frankierten Rückumschlag (DIN C5, 1.50 Euro) beim netzwerk recherche bezogen werden.

Bezugsadresse:
netzwerk recherche e.V.
Geschäftsstelle
Stubbenhuk 10, 5. OG
20459 Hamburg

www.netzwerkrecherche.de
info@netzwerkrecherche.de





Forum I „Angst um Jobs und Inhalte – die Medien in der Krise“

mit Dr. Bernd Buchholz (g+j), Jakob Augstein (Freitag), Georg Mascolo (Der Spiegel),
Prof. Dr. Stephan Weichert, Urs Gossweiler (Gossweiler Media); Moderation: Kai-Hinrich Renner

Wenn die Riesen wanken

von Thomas Tacke

Urs Gossweiler hat gut Lachen. Der Verleger der schweizerischen „Jungfrau Zeitung“ hat es geschafft, seine Werbeeinnahmen zwischen 2001 und 2007 um rund 60 Prozent zu erhöhen. Die Fokussierung auf lokale Themen sowie die vorrangige Verbreitung der Inhalte über das Internet hätten seiner Zeitung ein „publizistisches Alleinstellungsmerkmal“ verschafft, sagt Gossweiler stolz. Hohe Renditen, eine wachsende Leserschaft – von den Erzählungen des Schweizern können seine deutschen Kollegen derweil nur träumen.

Bernd Buchholz sitzt an diesem Morgen nur wenige Meter neben Gossweiler. Aus ökonomischer Sicht liegen zwischen den beiden Verlegern jedoch Welten. Der Vorstandsvorsitzende von „Gruner + Jahr“ muss derzeit sparen, der Verlag hat im März bereits mehrere Wirtschaftsredaktionen zusammengelegt. Eine solche Maßnahme sei „nicht der Untergang des Abendlandes“, sie diene vielmehr der Rettung von Qualitätsjournalismus. „Ich habe die Dramatik der Krise unterschätzt“, räumt Buchholz ein. Die globalen Finanz- und Wirtschaftsprobleme führten zu einem grundlegenden „Strukturwandel“ in den Medien: „Wir müssen diese Veränderungen zur Kenntnis nehmen.“

Doch wie sehen diese Veränderungen aus? Dazu haben die Teilnehmer der Podiumsdiskussion mit dem Thema „Angst um Jobs und Inhalte – Die Medien in der Krise“ kontroverse Ansichten. Stephan Weichert befürchtet das baldige Aussterben der Printmedien: „Als tägliches Informationsmedium hat die Zeitung in zehn bis 15 Jahren ausgedient“, prognostiziert der Journalistik-Professor der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in Hamburg. Angesichts einbrechender Werbeträger-Einnahmen seien neue Finanzierungsmodelle für deutsche Medien denkbar: „Die in den USA populären Stiftungsmodelle könnten Entwicklungs- und Rückkopplungseffekte auf Deutschland haben“, sagt Weichert.

Von Stiftungsmodellen hält Bernd Buchholz hingegen gar nichts. „Was ist, wenn der erste Stifter Silvio Berlusconi heißt?“, fragt der Verleger mit empörter Stimme und wilder Gestik. Derlei Modelle führten die Medien nur „an den Tropf“, aber gerade ihre Unabhängigkeit müsse auch in Zukunft gewahrt werden. „Unabhängiger Journalismus braucht eigen-

ständige, sich selbst finanzierende und profitable Geschäftsmodelle. Das ist weiterhin möglich“, betont Buchholz. Ein profitables Geschäftsmodell ist auch das Ziel von Jakob Augstein. Der Verleger hat im Mai 2008 die Wochenzeitung „Der Freitag“ gekauft und ihre Inhalte mit dem Internet verzahnt. Investoren und Unternehmer hätten es in den Zeiten der Wirtschaftskrise „nicht ganz leicht“, räumt Augstein ein und prognostizierte: „Anzeigen werden auf Dauer nicht die wichtigste Einnahmequelle der Medien sein.“ Das Internet sei allerdings kein Allheilmittel zur Lösung der Misere: „Ich glaube nicht, dass jemand nur online viel Geld verdienen wird. Dennoch müssen wir die neuen Möglichkeiten dieses Mediums nutzen.“

Angesichts der wachsenden Bedeutung des Internets – darin sind sich Diskutanten immerhin einig – werde sein Redaktionsteam zukünftig verstärkt für die Online-Abteilung arbeiten, erklärt Georg Mascolo, Chefredakteur des Nachrichtenmagazins „Der Spiegel“. „Der Print wird eine Zukunft haben, aber er wird sich verändern müssen. Online wird eine sehr große Zukunft haben.“ Er sehe generell keine Krise des Journalismus, sondern eher ein Problem der Refinanzierung. An neuen Geschäftsmodellen führe daher kein Weg vorbei. „Sparen ist dabei eine Notwendigkeit, aber nur in gewissem Maße.“ Copypreis-Erhöhungen des Spiegels seien auf längere Sicht unumgänglich. „Die Lust, diese Veränderungen im Ton von Kondolenzschreiben auszudrücken, habe ich allerdings nicht. Wir sollten vorsichtiger bei Zukunftsprognosen sein“, mahnt Mascolo.

Die Vorhersagen zur Zukunft des Journalismus gehen an diesem Morgen auseinander, der Ausgang des Strukturwandels der Medien bleibt letztlich spekulativ. Urs Gossweiler spricht seinen Sitznachbarn noch das Mitgefühl seiner Landsleute aus: „Wenn die Riesen in Deutschland wanken, ist das nicht schön zu sehen für uns in der Schweiz. Aber wir können nicht die deutschen Zeitungen retten“, sagt der Vorstand der Gossweiler Media AG. Seine gute Laune behält er während der Diskussion bei. Denn auch wenn die „Jungfrau Zeitung“ kein publizistischer Riese ist: Vom Wanken ist sie derzeit – anders als einige Mitbewerber – weit entfernt.

Thomas Tacke ist Stipendiat der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Forum I „‘Nachher wussten sie alles.’ Das Versagen des Wirtschaftsjournalismus“

mit Dr. Henrik Müller (ManagerMagazin), Christian Meier (Kress), Prof. Dr. Hans-Peter Burghof (Hohenheim), Götz Hamann (ZEIT); Moderation: Gottlob Schober (SWR)

Die Krise als Chance?

von Susanne Hefekäuser

Die Stimmung ist aufgeheizt im Saal, als Manfred Weber vom Bundesverband Deutscher Banken sich wortreich für die „Verschlossene Auster“ bedankt. Der Verband ist dieses Jahr stellvertretend für seine Mitglieder als Informationsblockierer des Jahres ausgezeichnet worden. Es ist ein seltener Anlass, dass sich ein Preisträger tatsächlich zu dem Preis äußert, und eigentlich sollte zum Zeitpunkt seiner Rede eine Podiumsdiskussion über die Krise des Wirtschaftsjournalismus stattfinden. Aber Manfred Weber schießt zurück gegen die Vorwürfe, dass die Banken verschleiert, Informationen verfälscht und zurückgehalten hätten, sieht auch die Journalisten in der Verantwortung. Er sagt, er könne keine Fragen beantworten, die ihm nicht gestellt würden, lädt die Journalisten zum Gespräch nach Berlin ein. Einer der wenigen Punkte, in dem er mit seinem Laudator, Professor Rudolf Hickel vom Institut für Arbeit und Wirtschaft der Universität Bremen, übereinstimmt: Auch der Wirtschaftsjournalismus stehe in der Verantwortung, auch er müsse sich selbst kritisch hinterfragen, sehen, ob Fehler gemacht wurden.

Kritische Selbstanalyse des Wirtschaftsjournalismus, darum soll es dann auch in dem Podium „‘Nachher wussten sie alles’ – Das Versagen des Wirtschaftsjournalismus“ gehen, das mit einer Stunde Verspätung beginnt. Doch die Journalisten geben sich gelassen, was die eigene Verantwortung angeht. Man konnte nichts wissen, begreift sich selbst als Spielball der Kräfte. „Probleme, die systemimmanent sind, werden Journalisten nie entdecken“, sagt Götz Hamann, Wirtschaftsredakteur bei der Wochenzeitung „Die Zeit“. Und Christian Meier vom Kress Report pflichtet ihm bei: „Journalismus kann wahrscheinlich einfach kein Frühwarnsystem sein.“ Der Börsenmakler Dirk Müller sieht das allerdings anders: „Ja, ihr seid zu unkritisch!“, wirft er den Wirtschaftsredakteuren vor. „Ich kann mich nicht daran erinnern, dass irgendwer mal gesagt hat: ‚Ich versteh die ganzen Zertifikate gar nicht, und brauchen wir den Quatsch überhaupt?‘“ Stattdessen seien lieber die „Zertifikate der Woche“ ernannt und bejubelt worden. Dennoch sei das Marktver-

sagen auch für Experten erst im Nachhinein gut erklärbar, versucht Professor Hans-Peter Burghof von der Universität Hohenheim die Ehre des Wirtschaftsjournalismus zu retten. „Ein bisschen Bubble ist schließlich immer irgendwo.“ Doch wo liegen die Probleme im Wirtschaftsjournalismus? Christian Meyer hat dazu eine Umfrage unter Journalisten durchgeführt. „Mea culpa hat jetzt niemand gesagt“, erzählt er, aber auch die Journalisten forderten Aufklärung. Meyer selbst sieht zwei zentrale Probleme: Die Journalisten seien zum einen zu nah an den Akteuren der Finanzwelt dran, zum anderen hätten sie zu wenig Recherchezeit, um Phänomene wie Zertifikate erst einmal überhaupt zu verstehen. Auch Dr. Henrik Müller vom Manager Magazin gesteht Fehler ein: Ja, man sei zu expertenhörig gewesen. „Die Papiere sind aber natürlich auch extra so gebaut, dass sie keiner versteht“, schiebt er hinterher. Auch sei die Nähe zur Wirtschaft wichtig, um an die relevanten Informationen überhaupt heranzukommen, erklärt Hamann. „Die Akteure dort haben weniger Interesse an Informationsstreuung.“ Auch sei man zumindest von Seiten des Manager Magazins nicht zu sanft mit den Managern umgegangen, sagt Müller: „Wir hatten schon seit 2004 keine Anzeige mehr von der Deutschen Bank, wegen kritischer Berichterstattung.“

Kritische Berichterstattung, das wünschen sich die Wirtschaftsjournalisten auch für die Zukunft: „Im Prinzip hat die Finanzkrise das Beste aus dem Wirtschaftsjournalismus herausgekehrt“, sagt Meyer. Es werde mehr Energie und Geld in Recherche gesteckt, und das solle auch so bleiben. Auch das kritische Denken an sich müsse wieder Einzug in den Journalismus halten, fordert Professor Burghof. „Lasst nicht alles durchgehen!“, ruft er den Anwesenden zu. Es sei Aufgabe von Journalisten, solche Rating-Agenturen und Politiker, die das Geld zum Fenster hinauswerfen, öffentlich zu hinterfragen.

Susanne Hefekäuser ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Lernen von Profis I „Die Macht der PR-Industrie und die Rolle der ‘Churnalisten’“

mit Nick Davies (Guardian)

Forum I „Gib dem Affen Zucker! Medien, Politik und PR in der Inszenierungsfalle?“

mit Bela Anda (AWD), Lars Cords (PR-Manager), Dr. Philipp Rösler (Wirtschaftsminister Nds), Stefan Niggemeier (bildblog.de); Moderation: Ingo Zamperoni (NDR)

Zurück zu alten Tugenden

von Lazar Backovic

Das diesjährige Superwahljahr – ein Traum für jeden Journalisten: Nach der Hessenwahl im Januar, der Wahl zum Bundespräsidenten im Mai und der Europawahl im Juni bleiben anno 2009 immer noch vier Landtagswahlen und last but not least die Bundestagswahl im September. Neben den Berichterstatteern rufen die Wahlkämpfe allerdings auch eine weitere Zunft auf den Plan: die PR-Manager. Sie führen die Kampagnen und inszenieren Politik mundgerecht für Medien. Ist das gefährlich oder notwendig? „Gib dem Affen Zucker! Medien, Politik und PR in der Inszenierungsfalle?“, fragte deshalb die gleichnamige Diskussionsrunde am Samstagnachmittag auf der Jahrestagung von „netzwerk recherche.“ Hans Leyendecker (SZ) und Tissy Bruns (Tagespiegel), die eigentlich mit auf dem Podium sitzen sollten, mussten im Vorfeld absagen. Dafür wurde Stefan Niggemeier (bildblog.de) als Vertreter der Journalisten eingeladen. Bereits am Freitag redete außerdem Nick Davies (Guardian) auf der Jahrestagung über „Die Macht der PR-Industrie und die Rolle der Churnalisten.“ Das Ergebnis der beiden Veranstaltungen: Die Medien sind in der Pflicht.

Ob der Kanzler auf den Deichen oder die Familienministerin in der Tonne: Längst sind in der Politik Personalisierung und Medienwirksamkeit wichtiger geworden als Inhalte. „Mit einer rein politischen Botschaft hast du wenig Erfolg“, sagte Niedersachsens Wirtschaftsminister Philipp Rösler (FDP) auf dem Podium, der der Zeitschrift BUNTE nach der Zwillinggeburt seiner Frau für ein Familieninterview zur Verfügung stand. Für den 36-jährigen Politiker ist es deshalb wichtig, die eigene Bekanntheit in der Öffentlichkeit und der Partei zu steigern. So könnten schließlich auch politische Inhalte transportiert werden, meinte Rösler. „Da sind Sie in der Inszenierungsfalle“, hielt Bela Anda dem FDP-Politiker entgegen. Dem früheren Schröder-Sprecher Anda, der heute PR für AWD macht, sprach sich dafür aus, politische Themen so zu transportieren, dass sie Menschen bewegen. Mit Interviews à la Philipp Rösler sei man „ganz schnell weg mit Inhalten“, so Anda. Der Schlüssel einer guten PR liegt auch für Lars Cords in einer „attraktiven Übersetzung“ von politischen Inhalten auf Medienberichterstattung. Cords weiß, wovon er redet, denn er ist selbst PR-Manager. „PR muss sich gegen ‚Deutschland sucht den Superstar‘ oder die Bundesliga durchsetzen“, erklärt Cords den Inszenierungsdruck seiner Branche. Er hat unter anderem die umstrittene „Du bist Deutschland“ – Kampagne mitorganisiert.

Bei der Frage „Inszenierung ja oder nein?“ müssen sich Medien allerdings auch an die eigene Nase fassen. „We put the bloody stories in the paper“, sagte Nick Davies auf der Veranstaltung am Freitag. Der Guardian-Redakteur schaut besorgt auf den zunehmenden Einfluss von Pressearbeit, der aus Journalisten sogenannte „Churnalisten“ (nach „to churn“ – rühren) macht. Sie käuen unreflektiert PR-Botschaften wieder und fallen auf Tricks der Pressestellen herein. So erzählte Davies, wie ein listiger Marketing-Chef eines großen britischen Versicherers sich selbst als Protagonist von Geschichten inszenierte und es so schaffte, Werbung für die eigene Versicherung mehrfach in Qualitätsmedien wie BBC zu platzieren. Zeit- und Geldmangel in den Redaktionen täten ihr Übriges hinzu: In den britischen Qualitätszeitungen bestehen 54 Prozent der Berichterstattung vollständig oder teilweise aus PR-Texten, sagte Davies. In Deutschland ist das nicht anders: „Es passiert öfter, als ich es am Anfang gedacht habe“, erzählte Wirtschaftsminister Rösler aus seiner Erfahrung. Die Chance in den Medien erwähnt zu werden, erhöhe sich dabei, wenn die Presseabteilung zusätzlich zu einer Mitteilung einen Foto- oder Konferenztermin anbiete. Laut Stefan Niggemeier (bildblog.de) verhalten sich viele Journalisten zu PR-Abteilungen „wie ein Süchtiger, der immer neuen Stoff braucht.“ 30 000 bis 50 000 PR-Mitarbeiter „versorgen“ hierzulande 48 000 hauptberufliche Journalisten.

Sowohl Nick Davies als auch das Podium am Samstag forderten im Umgang mit PR mehr Transparenz: „Ich wünsche mir, dass die Kamera einmal rumgedreht wird“, sagte Stefan Niggemeier. So würden Inszenierungen offen gelegt, ganz egal, was der Mainstream berichte. „We are supposed to ask difficult questions“, sagte Nick Davies und rief zu alten journalistischen Tugenden auf. Journalisten müssten hinterfragen: Wer ist der Auftraggeber? Welche anderen Ansprechpartner gibt es? Stimmen alle Informationen? Davon könne letztlich auch die PR profitieren und sich professionalisieren, meinte Lars Cords. „Wir freuen uns, wenn wir auf Widerstände stoßen“, sagte der PR-Manager. Wenn Berichterstatte andere Quellen aufsuchten, würde auch die eigene Pressearbeit glaubwürdiger. Wohin das führen könnte, ist eine Frage, die gut auf einem Podium der nächsten Jahreskonferenz besprochen werden könnte.

Lazar Backovic ist Stipendiat der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Forum I „Geklaute Fotos, verletzte Intimsphäre – Medien ohne Moral?“

mit Frank Nipkau (Winnender Zeitung), Georg Mascolo (Der Spiegel), Gisela Mayer (Aktionsbündnis Amoklauf Winnenden), Manfred Protze (Deutscher Presserat), Hans Müller-Jahns (Brisant), Dr. Nicolaus Fest (Bild); Moderation: Kuno Habermusch (NDR)

Zwischen Öffentlichkeit und Opferinteressen

von Oskar Piegsa

Drei von vielen hatten sich gestellt. Drei, die sich nicht durch ihre Schuld, sondern durch ihren Mut auszeichneten, das betonte Moderator Kuno Habermusch mehrfach während des Abschlussplenums der nr-Jahreskonferenz. Dennoch saßen Spiegel-Chef Georg Mascolo, Nicolaus Fest aus der Bild-Chefredaktion und Hans Müller-Jahns vom ARD-Boulevardmagazin Brisant auf dem Podium wie auf einer Anklagebank – und zogen daraus unterschiedliche Konsequenzen. Eröffnet wurde die Diskussion „Geklaute Fotos, verletzte Intimsphäre – Medien ohne Moral?“ mit der Verlesung der Anklage. Ein eingespielter Beitrag aus Habermuschs Medienmagazin Zapp listete kontroverse Entscheidungen und Fehler deutscher Journalisten bei der Berichterstattung über Winnenden auf. Eine Auswahl: Privatfotos von Opfern wurden unautorisiert auf Titelseiten veröffentlicht. Eine Überlebende wurde den Mordopfern zugerechnet, zwei gänzlich Unbeteiligte mit dem Täter verwechselt. Und Fernsehkameras kurz nach dem Amoklauf auf minderjährige Schüler gerichtet und die Bilder ungepixelt gesendet. Hans Müller-Jahns nahm die Kritik stellvertretend für seine Zunft an und sprach von einem „Teufelskreis“, der dem Wettbewerb um Neuigkeiten geschuldet sei. Georg Mascolo wollte sich dagegen nicht auf ein Aufrechnen von Geschwindigkeit und journalistischer Qualität einlassen. „In Winnenden zu sein und auf Sendung zu sein halte ich nicht für verwerflich“, sagte der Spiegel-Chef angesichts überforderter Live-Kommentatoren auf Twitter und im TV. „Der Punkt muss nur sein: Spekulation hat mit unserem Beruf gar nichts zu tun“, mahnte er. Nicolaus Fest stellte derweil die ganze Diskussion in Frage. „Ich halte Winnenden nicht für einen Fall, bei dem die Presse versagt hätte“, sagte er.

Als Leidtragende des Amoklaufs hatte Gisela Mayer bereits im Rahmen eines Erzählcafés am Nachmittag ausführlicher von ihren Erfahrungen mit Journalisten berichtet. Ihre Tochter Nina war bei dem Amoklauf ermordet worden. Kurz darauf wurde ein privates Foto veröffentlicht, von dem Mayer vermutet, dass es aus einem sozialen Netzwerk stammen könnte. „Damals war es ungeheuer verletzend, dass ein Foto des Kindes ohne meine Zustimmung in der Presse erscheint“, sagte Mayer. Angehörige von Opfern seien durchaus bereit, über die Ermordeten zu sprechen, sagte Mayer – auch, um die Opfer aus der Anonymität und dem Schatten des prominenten Täters zu holen. Dafür bedürfe es aber etwas Zeit und des respektvollen Auftretens von Journalisten. Sie selbst hatte einige Tage nach dem Amoklauf einer Illustrierten ein Interview gewährt.

Im Umgang mit Betroffenen habe es bei seinem Blatt strenge Regeln gegeben, sagte Frank Nipkau von der Winnenden Zeitung. Angehörige seien nicht angesprochen und Fotos von Opfern nicht veröffentlicht worden – was Nicolaus Fest zur Diagnose einer „standeswidrigen Verlogenheit“ motivierte. „Natürlich ist es unsere Aufgabe Informationen zu bekommen“, sagte er. Fehler seien dabei nicht immer vermeidbar. Und wenn es um private Fotos ginge, so blieben die Persönlichkeitsrechte angesichts der Schwere der Tat hinter dem legitimen Interesse der Öffentlichkeit zurück. Ein weiterer Beleg für die Rechtmäßigkeit der Bild-Berichterstattung: „Wir haben bisher kein einziges presserechtliches Verfahren bekommen.“ Gisela Mayer wehrte sich gegen diese Rechtfertigung: „Trauernde sind kurz nach der Tat ähnlich schutzlos wie Kinder.“

Am Nachmittag hatte sie zusätzlich ein Umdenken in der Berichterstattung über Täter gefordert. „Medienpräsenz ist da ein ganz starkes Motiv“, sagte sie. „Sie können sich in keinsten Weise neutral verhalten“, sagte Mayer zu den anwesenden Medienvertretern. Indem man Amoktäter die Prominenz verwehre und ihre Taten als feige Morde benenne, würde potentiellen Nachahmern ein Anreiz genommen: „Das wird nicht alle Amokläufe verhindern, aber das ist ein wichtiger Faktor.“

Im Abschluss-Plenum sagte Frank Nipkau, nach Gesprächen mit Fachkundigen würde er den Namen und das Foto eines Täters „nie wieder“ veröffentlichen. Nicolaus Fest lehnte solche Überlegungen ab, bedauerte aber eine Fotomontage, die in der Bildzeitung erschienen war und vom Presserat dafür gerügt wurde, dass es „den Amoktäter in einem Kampfanzug in heroischer Pose zeigt“. Noch einmal einen Täter aufs Titelbild zu nehmen wollte Georg Mascolo nicht ausschließen – zumal der Spiegeltitel „Wenn Kinder zu Killern werden“ Tim Kretschmer gerade nicht in heroischer Pose gezeigt habe.

„Dass eine Berichterstattung die Opfer ungeheuer belastet, ist völlig klar“, bilanzierte Fest, „aber das ist ein Konflikt, den wir aushalten müssen.“ Entsprechend gab es auch nach der bisweilen hitzigen Diskussion keinen Konsens darüber, wie in Zukunft über Gewaltverbrechen berichtet werden sollte. „Ich bin pessimistisch, solange die wichtigste Frage in morgentlichen Redaktionskonferenzen ist: ‚Wieso haben wir das nicht gehabt?‘“, sagte Presseratsmitglied Manfred Protze.

Oskar Piegsa ist Stipendiat der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Podiumsdiskussion I „Blindes Vertrauen? Experten im Unabhängigkeitstest“

mit Dr. Gerd Antes (Deutsches Cochrane Zentrum), Hermann-Josef Tenhagen (Finanztest) und Dr. Stefan Hornbostel (IFQ)
Moderation: Philipp Krohn (FAZ)

Workshop I „Lohnende Recherche – Wie finde ich einen echten Experten?“

mit Prof. Holger Wormer (TU Dortmund) und Markus Grill (Der Spiegel)

Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser

von David Huth

Sie empfehlen Aktien, präsentieren Kräutermidizin, analysieren gesellschaftliche Trends, kommentieren politische Inszenierungen – die Experten. Befragt von Journalisten,

Die Verführung ist groß, denn die Experten-Meinung kann schnell und einfach eingeholt werden. Einzelne Personen bil-



die auf den Sachverstand der Fachleute angewiesen sind. Aber wie verlässlich sind die so genannten Experten wirklich? Wer verfolgt welche Interessen? Und welche Möglichkeiten gibt es, die Koryphäen von den Dilettanten und die unabhängigen Wissenschaftler von den industrienahen Forschern zu unterscheiden?

Den Umgang mit Experten diskutierte die Podiumsrunde „Blindes Vertrauen?“ mit Referenten aus den Medien und der Wissenschaft. Sie waren sich einig, dass die Medien nicht ohne Fachleute auskommen, die nicht nur bei der Recherche hilfreich sind, sondern ebenso als Lieferanten von Zitaten und O-Tönen oder als telegene Gäste im Fernsehen fungieren. Jede Redaktion verfügt über einen Pool von solchen Experten. Oft ersetzen Journalisten aber aufwändige Recherchen, die wesentlich kosten- und zeitintensiver sind, durch ein kurzes Experten-Gespräch. „Sie werden einfach zu häufig genutzt“, kritisierte Hermann-Josef Tenhagen, Chefredakteur der Zeitschrift Finanztest. Seiner Ansicht nach greifen viele Kollegen auch dann auf die Meinungen von Fachleuten zurückgreifen, wenn dies gar nicht nötig ist.

den häufig Zitiermonopole und avancieren so zu allgegenwärtigen Marken in der Berichterstattung. Aber viele Journalisten überschätzen die Fachleute und setzen blindes Vertrauen in ihre Expertise. Die Quellen bleiben unhinterfragt, die banalsten Dinge werden nicht überprüft. Das birgt die Gefahr, dass Journalisten auf Experten hereinfallen, die nicht unabhängig sind oder schlichtweg keine Fachkompetenz besitzen.

„Den einen Experten gibt es nicht“, sagte Prof. Dr. Stefan Hornbostel vom Institut für Forschungsinformation und Qualitätssicherung (IFQ). Die prominenten Vertreter der Wissenschaft, die zu zeitgeschichtlichen Ereignissen und den neusten Entwicklungen Stellung nehmen, seien nämlich keine Universalgenies. Jeder Experte sei nicht mehr als ein „informierter Diskursteilnehmer“, der lediglich eine Facette der jeweils aktuellen wissenschaftlichen Debatte abdeckt. Expertise sei immer auch eine Meinung.

Die Diskussion zeigte: Die Wissenschaft verfügt über Kontrollmechanismen, die die Qualität der Forschung und ihrer

Ergebnisse sicherstellen sollen. Was in den wissenschaftlichen Disziplinen zum alltäglichen Geschäft gehört, fehlt

wie mit Hademar Bankhofer wäre Ihnen nicht passiert, wenn Sie ein paar Punkte beachten“, versprach Prof. Holger



aber im Journalismus. „Die Recherche bei Google sollte der Mindeststandard sein“, forderte Tenhagen. Ihm geht es darum, dass Journalisten den Gesprächspartner und seine Position hinterfragen, um zu klären, mit wem man es eigentlich zu tun hat. „Die Zeit muss sein, wenn man einen Experten heranzieht“, so Tenhagen.

Dass fehlende Kontrolle zu einem ernsthaften Problem werden kann, zeigte der Fall von Hademar Bankhofer. Erst durch die Recherchen von Weblogs kam zu Tage, dass der WDR-Gesundheitsexperte Schleichwerbung machte, die ihm die Pharmaunternehmen mit Beraterverträgen honorierten. Auch durch das Bemühen von Dr. Gerd Antes, dem Leiter des deutschen Cochrane Zentrums, setzte der WDR Hademar Bankhofer vor die Tür. Das deutsche Cochrane Zentrum ist Teil eines internationalen Netzwerks, das die medizinische Forschung untersucht. Antes fand heraus, dass der Gesundheitsexperte weder über eine medizinische Ausbildung, noch über einen akademischen Abschluss verfügt. „Das Beispiel ist aber nicht typisch, weil es viel zu exotisch ist“, erklärte Antes. Trotzdem: Es führt vor Augen, welche Konsequenzen blindes Vertrauen haben kann. Hilfreiche Tipps bei der Suche nach einem echten Experten gaben Holger Wormer, Professor für Wissenschaftsjournalismus an der Universität Dortmund, und Spiegel-Redakteur Markus Grill in einer kleinen Lehrstunde. „So etwas

Wormer in dem Workshop. Ein kurzer Blick auf die Internetseiten der Experten helfe meist schon weiter. Hier finden sich Informationen über die Institutionen, für die sie tätig sind, über die wissenschaftlichen Veröffentlichungen, die Forschungsaufträge und eventuelle Gutachtertätigkeiten. Aber Vorsicht: Manche Informationen halten nicht das, was sie versprechen. Begriffe wie zum Beispiel „Institut für“, „Fachgesellschaft“, „Experte“ oder „Studie“ sind rechtlich nicht geschützt. Ein Garant für wirkliche Experten-Qualität seien hingegen Forschungsaufträge bei der Deutschen Forschungsgemeinschaft oder ähnlich renommierten Institutionen, die einschlägig bekannt sind. „Ich halte es für sehr wichtig, dass sie Interessenkonflikte aufspüren“, appelliert Markus Grill an die Teilnehmer.

Hier finden Sie einige Links von Internetseiten, auf denen Experten überprüft und gefunden werden können:

www.pubmed.org, www.forschungsportal.net,
www.idw-online.de, www.dfg.de/gepris

David Huth ist freier Journalist, Mitarbeiter am Lehrstuhl für Verwaltungswissenschaften an der Universität Duisburg-Essen und studiert Sozialwissenschaften.



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

Erzählcafé | „Recherche beim ZDF“

mit Nikolaus Brender

Klärungsbedarf

von Katja Scherer

„Ich habe mich immer wohlfühlt, nicht immer auf der Seite der Mehrheit zu stehen.“ Ein solcher Satz ist leicht gesagt. Doch jeder, der einmal die Mehrheit gegen sich hatte, weiß, wie schwer das ist. Wohlfühlen ist etwas anderes. Nikolaus Brender hat die Erfahrung gemacht, und dennoch glaubt man ihm diesen Satz sofort. Vor allem nach den Geschehnissen der vergangenen Wochen.

„Recherche beim ZDF“ war als Thema des Erzählcafés mit Nikolaus Brender angekündigt. Erzählt wurde vieles – nur nichts über Recherche. Denn das Interesse an Brenders Zukunft als Chefredakteur, der Personalpolitik des ZDF sowie der Neupositionierung des öffentlichen-rechtlichen Fernsehens war größer. „Wir haben das Thema bewusst ganz weit ausgelegt“, erklärte Moderatorin und ZAPP-Redakteurin Julia Stein. „Wenn man Nikolaus Brender im Gespräch hat, dann gibt es schließlich drängendere Fragen als die Recherche.“

Zu Beginn standen die Streitigkeiten um Brenders Person im Vordergrund. Offen nahm Brender zu den Geschehnissen Stellung. Außergewöhnlich sei die Solidarität seiner Kollegen beim ZDF gewesen. So etwas habe es dort noch nicht gegeben. Seine Kritiker dagegen seien mit ihren Vorwürfen nicht persönlich zu ihm gekommen. Für Brender eigentlich eine „Selbstverständlichkeit“. Doch außer dem Intendanten Markus Schächter habe niemand mit ihm gesprochen. Brender sagte, er wisse nicht, wann die Entscheidung über ihn falle, stellte jedoch klar: „Ich wäre ungerne der Chefredakteur als Ergebnis einer Bundestagswahl.“

Warum Unabhängigkeit für die Politik denn eigentlich so bedrohlich sei, versuchte Stein den Übergang vom Konkreten zum Grundsätzlichen. Brenders Antwort kam schnell: In einer formierten Gesellschaft sei Unabhängigkeit immer gefährlich. Für große Organisationen sei es das Einfachste, jeder verhalte sich so, wie es von ihm erwartet wird. Daher sei auch in Redaktionen unabhängiges Denken oft ein schwieriges Unterfangen. „Doch viele Kollegen streiten an ihrem Platz für Unabhängigkeit“, betonte Brender.

Damit war der Exkurs in Sachen Grundsatzfragen aber beendet. Zu groß war der Bedarf an Erklärungen für die tatsächlichen Vorgänge beim ZDF. Auf Nachfrage von Stein äußerte sich Brender zur Reaktion des Senders auf das Bekanntwerden von Werbetätigkeiten bei Moderatoren. Johannes B. Kerner hatte nach den Streitigkeiten um seine Werbetätigkeit zwar nicht mehr das „Sportstudio“, jedoch nach wie vor Großsportveranstaltungen moderiert. „Viel-

leicht war ich da nicht konsequent genug“, räumte Brender ein. Das Publikum hakte nach. Warum er denn Kerner Werbeverträge akzeptiert habe? Brender suchte für einen Moment nach den richtigen Worten, fand dann aber sehr deutliche: Kerner Verträge habe man akzeptiert, da dieser sonst nicht bezahlbar gewesen wäre. „Ich hoffe, dass wir diesen Fehler nicht noch einmal machen werden“, distanzierte sich Brender von dieser Entscheidung. Weshalb Andrea Kiewel dann wieder beim Sender arbeite, fragte eine Kollegin. Brender betonte, dass dies nicht in seinem Verantwortungsbereich läge, erklärte aber, der Grund für die Wiedereinstellung sei der öffentliche Widerruf von Kiewel gewesen: „Auch im Sport gibt es bei Ersttälern eine gewisse Toleranz“, so Brender.

Insgesamt habe es in den letzten zehn Jahren bei Personalentscheidungen keine unmittelbare Beeinflussung gegeben, sagte Brender. Die Vorschläge seien von ihm gekommen. Dabei habe er vor allem versucht, die innere Meinungsvielfalt in der Redaktion herzustellen: „Ich habe mich nie nach Meinungen des politischen Spektrums gerichtet. Ich habe mich danach gerichtet: Ist das ein guter Journalist – oder nicht?“

Nachdem die wichtigsten Fragen um die Vergangenheit des ZDF und die gegenwärtige Diskussion um Brender geklärt waren, wandte sich das Erzählcafé der Zukunft des öffentlich-rechtlichen Fernsehens zu. „Hat der Informationssektor eine Perspektive?“, fragte Stein angesichts der Konkurrenz durch Privatsender und das Internet. Doch Brender zeigte sich optimistisch. Keine Horrorszenarien, keine Weltuntergangsstimmung, im Gegenteil: Gerade in der Zeit der Krise sei das öffentlich-rechtliche Fernsehen verpflichtet, den Leuten eine gewisse Orientierung zu geben. Wichtig sei es nun vor allem, die Präsenz im Internet auszubauen, um junge Zuschauer zu gewinnen. So sei zum Beispiel die Mediathek ein geeignetes Format, „weil die jungen Leute sich nicht mehr auf bestimmte Zeiten kasernieren lassen.“

Brender wies darauf hin, dass ein Vergleich mit den Zeiten, als ARD und ZDF Monopolisten auf dem Fernsehmarkt waren, nicht möglich sei. Dennoch hätten politische Sendungen nach wie vor drei bis vier Millionen Zuschauer. Diese Quoten seien ein Prüfstein dafür, ob das Programm Zustimmung finde, mehr allerdings auch nicht: „Wir richten uns nicht nach Quoten, sondern nach den Menschen.“

Katja Scherer ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Workshop I „Recherche für Blogs“ mit Stefan Niggemeier

Die Weltwahrnehmung des Bloggers

von Anne Meyer

Nach welchen Mechanismen funktioniert die Medienberichterstattung? Diese Frage erforscht der Medienjournalist Stefan Niggemeier sowohl mit seinem Blog stefan-niggemeier.de als auch mit dem Watch-Blog bildblog.de, den er im Juni 2004 gemeinsam mit Christoph Schultheis gegründet hat. Niggemeier analysiert die Fehlleistungen von Journalisten und dokumentiert, wie Journalisten sich nicht lange mit lästiger Recherche aufhalten, sondern reflexartig voneinander abschreiben. Wie um des schnellen Effekts willen immer wieder Fehler entstehen, vor allem in der Bild-Zeitung, demonstriert Niggemeier seinen Lesern. Dass diese Art von entlarvenden und kontrollierenden Blogs beliebt ist, zeigt sich auch an diesem Vormittag, denn der Raum ist stark überfüllt.

Die Teilnehmer des Workshops haben viele Fragen: Wie man sich seinen Alltag denn vorzustellen habe? Ob er ausschließlich Bild-Zeitung lese und im Internet surfe? Ob er gelegentlich für eine Recherche zum Telefonhörer greife? „Ich komme mir vor wie ein Außerirdischer, der bestaunt wird“, sagt Stefan Niggemeier, gibt dann aber bereitwillig Einblicke in sein Blogger-Dasein. „Natürlich verfolge ich die Medien, nicht nur die Bild, und dabei habe ich gelernt: Je größer die Schlagzeile, desto wahrscheinlicher ist es, dass etwas nicht stimmt.“ Das Fact-Checking sei dann oft banal, so Niggemeier, viele Fehler in der Berichterstattung decke er durch einfaches Googeln oder durch klassische Recherche auf. „Ich tue nichts, wofür man erst ein Semester investigative Recherche studieren müsste.“

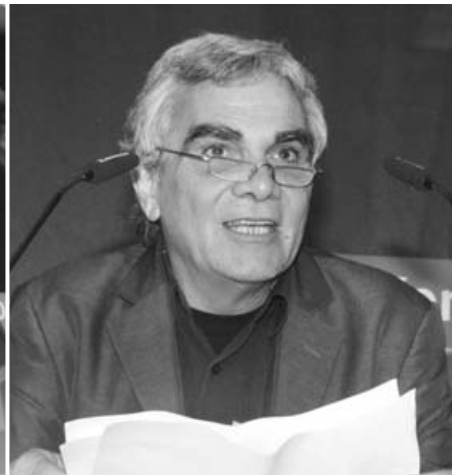
Blogger seien zwar nicht die besseren Journalisten, „aber so groß, wie immer behauptet wird, ist der Unterschied zwischen beiden auch nicht: Der Alltag von Journalisten besteht nämlich nicht in hehrem investigativen Journalismus, sondern im voneinander abschreiben.“ Journalisten befürchteten, ihre Monopolstellung zu verlieren: „Die haben Angst vor Leuten, die einfach etwas tun, was Jahrhunderte lang den Journalisten vorbehalten war. Aber mir muss doch nicht bang sein vor Köchen, Ärzten oder Studenten, die bloggen. Schließlich habe ich doch das Handwerk gelernt.“ Der große Vorteil sei zum einen, dass Blogger über Dinge

schreiben, die sie bewegen. Ein Beispiel sei der Blog des Düsseldorfer Strafverteidigers Udo Vetter, der zur Internetzensur-Debatte Dinge zu berichten habe, die man von keinem Journalisten erfahren habe. „Blogs eröffnen einen neuen Blick“, sagt Niggemeier. Eine Teilnehmerin meldet Bedenken an, schließlich sei der Anwalt parteiisch und damit keine gute Quelle. Niggemeier kontert: „Blogs sind zu behandeln wie andere Quellen auch: Mit Vorsicht. Ich weiß doch bei niemandem, wie vertrauenswürdig er ist.“

Der Vorteil der Blogs sei zum anderen, dass darin das Wissen von Vielen zusammen komme. Auf diese kollektive Intelligenz könne niemand verzichten. Unverzichtbar seien für ihn daher die Leserzuschriften: „Es gibt so viele Leute, die sich auskennen. Wir prüfen noch mal nach, was die Leser sagen – das ergibt eine Super-Kombination.“ Er habe schon sehr gute Hinweise bekommen, zum Beispiel auf Schleichwerbung. „Wenn die vom Spiegel nicht schaffen, das anzuzapfen, weil sie da oben auf einem Podest sitzen, sind die selbst schuld.“ Seiner Ansicht nach müssen die großen Medien viel mehr in Dialog mit dem Leser treten und bereit sein, Fehler zu korrigieren. „Der Spiegel lädt den Leser nicht gerade dazu ein, sich zu beteiligen.“ Zwar bekomme er auch häufig Mails, deren Dummheit ihn fast zum Schließen des Blogs bewogen hätte. Dennoch: „Vielleicht ist nur ein Prozent gut, aber das eine Prozent ist ganz viel. Unterm Strich lohnt sich's doch.“

Aus dem Publikum kommt ein Einwand: Als Blogger komme man doch noch weniger vom Schreibtisch los als Journalist. Niggemeiers Entgegnung, mit seinen Mails komme er doch viel weiter raus, sogar bis nach Amerika, wirkt da ein wenig hilflos. „Dass man nur dann die Welt wahrnimmt, wenn man den Schreibtisch verlässt, ist auch eine einseitige Sichtweise. Das Bloggen ist eine andere Form der Weltwahrnehmung, und sie ist nicht schlechter als die andere“, sagt er. Doch im Gegensatz zu anderen Argumenten fürs Bloggen vermag dieses nicht recht zu überzeugen.

Anne Meyer ist freie Journalistin in Berlin und Mitglied im Reporter-Netzwerk Textsalon.





Erzählcafé | „Doping auf der Spur“

mit Hajo Seppelt (ARD)

Schwierigkeiten der Dopingrecherche

von Niklas Schenck

Als er im Jahr 2006 nach einem Streit als Live-Reporter der ARD vom Schwimmen abgezogen wurde, ärgerte sich Hajo Seppelt. Heute scheint ihm seine damalige Doppelrolle als Live-Reporter und Dopingberichterstatter ohnehin undenk-

Anders als noch vor einigen Jahren, als er sich bisweilen wie das Feigenblatt öffentlich-rechtlicher Sportberichterstattung vorgekommen sei, erfährt Seppelt inzwischen innerhalb der ARD mehr Unterstützung. Dennoch blieben



bar. „Gerade beim Schwimmen kann ich vieles nicht mehr glauben und will die Zuschauer nicht hintergehen. Würde ich weiterhin beide Aspekte abdecken, wäre ich nicht glaubwürdig.“ Fundierte Berichterstattung über Doping im Fernsehen sei, sagt Seppelt, nur möglich, weil der Senderverbund sich entschieden habe, der ARD-Dopingredaktion konsequent auch solche Recherchen zu finanzieren, die letztendlich in keine verwertbaren Ergebnisse mündeten. „Vieles erweist sich als Sackgasse.“

Im Gegensatz zu investigativ arbeitenden Journalisten etwa in der Politik können Dopingreporter laut Seppelt fast nie auf „Whistleblower“ hoffen, d. h. enttäuschte oder hintergangene Akteure, die Hinweise und Dokumente an Journalisten weitergeben. „In diesem hochkommerziellen System stecken häufig alle unter einer Decke, von den Sponsoren und Funktionären bis hin zu Medien und Athleten“, sagt Seppelt. Die Beteiligten einige offenbar das Ziel, öffentliche Debatten zu verhindern.

Konflikte nicht aus: „Kollegen, die redaktionell für Live-Übertragungen zuständig sind, fürchten oft um ihre Sendung, wenn in der Vorberichterstattung über Doping berichtet wird.“ Man dürfe sich aber in diesem Fall nicht an der Quote orientieren. Hier zitiert Seppelt ZDF-Chefredakteur Nikolaus Brender: „Wir können nicht nur senden, was der Zuschauer wünscht. Wir müssen auch senden, was wir glauben, ihm schuldig zu sein.“

Die Frage, ob die Sender das Sportsystem dann konsequenterweise mit Nichtbeachtung strafen und durch Ausbleiben der Sponsoren zerfallen lassen müssten, verneint Seppelt. Er findet sie sogar naiv: „So wie es nie einen Staat ohne Korruption geben wird, wird es nie einen Sport ohne Doping geben“, sagt er. Doping im Profisport sei nichts anderes als Korruption in der Wirtschaft. Deshalb dürften Dopingkontrollen nicht den Sportverbänden selbst überlassen werden, wenn man der Verantwortung für das staatlich geförderte Kulturgut Sport nachkommen wolle. Welcher

Verband würde schließlich, so Seppelts Frage, TV-Übertragungen von seinen Veranstaltungen und damit die Einnahmen aus Werbeverträgen gefährden, indem er reihenweise eigene Sportler des Dopings überführe? Es sei klar, dass Verbände lediglich an der Überführung einzelner Athleten interessiert sein könnten, was gleichsam als Beleg der eigenen Lauterkeit dienen solle.

Als Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bezeichnet Seppelt vor allem das Doping im Spitzen- und Breitensport. Im Freizeitsport ohne staatliche Förderung und Wettkampfcharakter (z.B. in Fitness-Studios) und im gesellschaftlichen, privaten Bereich sieht er eher Gesundheitsbehörden und – auf Seiten der Medien – Gesundheitsmagazine in der Pflicht. „Beide Themen dürfen dennoch nicht marginalisiert werden“, sagt er.

Solange sich Sportjournalisten vor allem als Verkäufer des Sports verstünden, glaubt Seppelt, werde sich an der Dominanz des Fußballs und dem Mangel an hintergründiger Berichterstattung nichts ändern. „Außer bei Livesendungen geht der Mehrwert der Sportsendungen etwa der dritten Programme häufig gegen Null.“ Dabei wüssten Zuschauer Recherche und Hintergründe durchaus zu schätzen. Seppelt hofft daher auf Formate wie die Sendung „SportInside“ im WDR.

Is Seppelt zu konkreten Dopingthemen gefragt wird, findet er deutliche Worte. Im Radsport etwa habe sich nichts getan. Der Abschlussbericht der Untersuchungskommission zur Verwicklung der Freiburger Ärzten des früheren Teams Telekom habe erneut offenbart, wie halbseiden die Geständnisse von Erik Zabel & Co gewesen seien: „Sie haben nie mehr zugegeben als unbedingt nötig.“ Inzwischen würden Journalisten in einflussreichen Zeitungen wie L'Equipe, die über die ASO auch an der Organisation der Tour de France beteiligt ist, von ihren Verlagen ruhig gestellt, damit sie nicht zu kritisch berichteten.

Dass der Radsport beim Thema Doping meist im Fokus stehe, sei „zum Teil ungerecht“, findet Seppelt. „Würden alle investigativ arbeitenden Journalisten aus den Polit- und Wirtschaftsmagazinen mal für sechs Monate ausschwärmen, könnten wir den meisten Sportarten ein Massengrab

schaufeln.“ Die Berichterstattung über die verzögerten Kontrollen bei zwei Hoffenheimer Fußballprofis bezeichnet Seppelt als hysterisch. Trotzdem hält er den Fußball keinesfalls für sauber. Sein Team recherchiere intensiv im Fußball, nicht nur weil längst zahlreiche Fälle (Turin, Marseille) von Doping mit EPO bekannt sind. Dass die ARD bereit ist, Seppelt und seine Kollegen gegebenenfalls auch am „Premiumprodukt Bundesliga“ kratzen zu lassen, habe er sich vor einem Jahr eigens noch einmal versichern lassen. „Wenn das nicht garantiert wäre, würde ich hier auch am nächsten Tag aufhören“, sagt Seppelt.

Seppelt ärgert sich bisweilen, wenn Moderatoren nach Dopingbeiträgen noch einmal explizit betonen, noch sei nichts bewiesen und es gelte „selbstverständlich die Unschuldsumutung“. „So eine Entkräftung wäre im politischen Journalismus undenkbar.“ Einen Generalverdacht gegenüber dem Sportsystem halte er durchaus für gerechtfertigt: „In Peking war Trampolinspringen die einzige olympische Sportart, in der noch nie ein Dopingfall bekannt geworden ist, und eine anonyme Umfrage des deutschen Leichtathletikverbandes ergab, dass 26 bis 54 Prozent der Athleten schon einmal gedopt haben oder es noch tun.“ Das stünde, so Seppelt, in erschreckender Weise im Missverhältnis zu den lediglich 0,5 Prozent positiver Proben, die die nationale Antidoping-Agentur NADA vermeldet, und zu Aussagen wie denen von Bernhard Kohl, der, obwohl ständig gedopt, erst nach 200 Dopingtests überführt werden konnte. Eine skeptische Grundhaltung sei daher unerlässlich.

In einem viel zu kurzen Erzählcafé lieferte Hajo Seppelt viele inhaltliche Einschätzungen, die von den vorrangig jungen Zuschauern begierig aufgesogen wurden. Manch drängende Diskussion blieb aus Zeitmangel aus, etwa zur fortgesetzten Tätigkeit früherer Dopingtrainer oder über die Frage, ob Deutschland ein Anti-Doping-Gesetz brauche. Auch dass für konkrete Tipps zur Recherche keine Zeit blieb, wird mancher im Publikum bedauert haben.

Niklas Schenck ist Stipendiat der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Workshop I „Navigation im Freien-Dschungel“

mit Wolfgang Kiesel (Journalist, Berater)

Freisein – Journalismus als Selbstorganisationsprojekt

von Markus Wanzeck

Etwas Licht in den Freien-Dschungel zu bringen, das war das Ziel des Workshops. Damit die journalistischen Freiberufler zwischen Gesetzestexten, Vertragsklauseln und Steuervorschriften nicht die Orientierung verlieren, trat Wolfgang Kiesel an, Journalist und Freien-Ratgeber. Er demonstrierte, dass im Gestrüpp der Regelungen Künstler-sozialkasse (KSK), Agentur für Arbeit und Finanzamt die längsten bürokratischen Schatten werfen.

Der Anteil derer, die aus Verzweiflung und einem Mangel an Alternativen frei sind, sei immer noch sehr hoch. Doch der Anteil derer, die sich bewusst und aus freien Stücken fürs Freisein entscheiden, steige. Mit dieser Einstiegsbeobachtung begann Kiesel seinen Vortrag. Doch was ist es überhaupt, das Freie frei macht? Kiesels Antwort fällt denkbar unpathetisch aus: Paragraph 18 des Einkommenssteuergesetzes. „Frei“ ist ein Steuerstatus. Rund zwei Dutzend Berufe haben in Deutschland diesen Status – und sind „in der Gesellschaft noch immer ein bisschen mit dem Nimbus der Gutverdiener versehen“. So einfach zaubert man ein Lächeln in die Gesichter des Auditoriums.

Leider, so werde oft beklagt, gebe es bei den Journalisten im Gegensatz zu anderen unternehmerischen Freien-Berufen (Apotheker, Arzt, Rechtsanwalt etc.) noch immer keine Gebührenordnung. Aber, so Kiesel: Selbst wenn immer wieder Rufe danach laut werden – das wird sich auch nicht ändern. Aus Prinzip nicht. Beim Journalismus ist keine Gebührenordnung, keine „Verkammerung“ möglich – wegen des Rechts auf freie Meinungsäußerung, Artikel 5 des Grundgesetzes.

Trotz dieses hehren Berufsfundamentes: Auf Dauer kann als freier Journalist nur Erfolg haben, wer sich zudem als Unternehmer begreift. Um sich nicht dauerhaft unter Wert zu verkaufen, lohne es sich, so Kiesel, eine gängige verlegerische Erkenntnis im Blick zu behalten: „Wer zwei Jahre lang bewiesen hat, dass er mit 1000 Euro im Monat auskommt, dem muss man auch nicht mehr geben.“

Neben unternehmerischem Denken muss der freie Journalist auch Geschick im Umgang mit dem „Bermudadreieck“ des Freieidaseins beweisen: KSK, Arbeitsamt und Finanzamt. Beispielhaft sie hier zu jedem der drei „Eckpunkte“ ein zentraler, allgemeiner Ratschlag Kiesels genannt.

1) Zur KSK: Wer regelmäßig mindestens 325 Euro im Monat mit seiner freien journalistischen Tätigkeit verdient, ist verpflichtet, KSK-Mitglied zu werden. Dass dies eine lediglich freiwillige Versicherungsoption sei, ist ein weit verbreitetes Missverständnis. KSK ist Pflicht. Abgesehen davon: „Zu

versuchen, sich um die KSK zu mogeln, ist ohnehin Unsinn. Freier Journalismus ist außerhalb der KSK nicht mehr finanzierbar. Eine normale Renten- oder Krankenversicherung könnten wir uns doch gar nicht leisten.“

2) Zur Agentur für Arbeit: Eine freiwillige Arbeitslosenversicherung beim Arbeitsamt kostet gerade einmal 17,64 Euro in den West- und 14,95 Euro in den Ost-Bundesländern. Bei diesem Preis muss man als Freier einfach zugreifen, so Kiesel. Das Problem: Nicht jeder kann. Nur wer innerhalb der ersten vier Wochen der Freiberuflichkeit einen Antrag stellt, hat einen Anspruch darauf. Ein noch zentralerer, allgemeinerer Hinweis zum Thema Arbeitsamt: Viele Arbeitsagenturen versuchen, Leistungen, zu denen sie gesetzlich verpflichtet sind, unter Hinweis auf lokal eingespielte Gepflogenheiten zu verweigern. „In Neukölln machen wir das anders“, so etwas bekomme man tatsächlich zu hören. In diesen Fällen sei es wichtig, nicht nachzugeben und auf sein Recht zu pochen, erklärte Kiesel. Notfalls mit seiner Hilfe.

3) Zum Finanzamt: Es gibt viele freie Journalisten, die sich, um Himmels Willen, nicht auch noch mit der Mehrwertsteuerfrage herumschlagen wollen. Sie verzichten darauf, sie einerseits einzunehmen und andererseits abzuführen, und entscheiden sich für die „Kleinunternehmer-Regelung“. So entgeht ihnen allerdings einiges an Zusatzeinnahmen. Denn mit der eingenommenen Mehrwertsteuer lassen sich die Betriebsausgaben unkompliziert reduzieren.

Es gab zu vielen Punkten, die Kiesel per Powerpoint-Präsentation zügig abhandeln wollte, eine Reihe von Rückfragen, z. B. zu Gründungszuschuss; Einstiegsgeld; Hartz-IV-Aufstockung; Notebook als Berufseinstiegshilfe auf Arbeitsamtkosten; Arbeiten trotz Arbeitslosigkeit; Kleinunternehmerregelung.

Jenseits der bürokratischen Detailfragen wurde der Berufsstand der freien Journalisten von Kiesel auch generell in den Blick genommen: Freier Journalist zu sein, das sei seltenerweise noch immer bei vielen in der Branche ein Stigma. Dabei nehmen freie Journalisten inzwischen oft genau dieselben Aufgaben wahr wie festangestellte. Ein Unterschied zwischen Freien und Festen allerdings bleibe, so Kiesel: Die Freien müssen sich kümmern, ständig. Eine unproduktive Woche schlägt sich sofort als Verdienstaustausch nieder. Sie können sich kein Zurücklehnen leisten.

Markus Wanzeck ist freier Journalist in Berlin und Mitglied im Reporter-Netzwerk Textsalon.

Handwerk Journalismus I „Streit um Agenturen“

mit Daniel Jahn (afp), Dr. Ulrich Hackmack (Bremer Tageszeitungen), Wilm Herlyn (dpa), Horst Seidenfaden (HNA)
Moderation: Steffen Grimberg (taz)

Es geht nicht ohne

von Ralf Garmatter

Verschiedene große Tageszeitungen verzichteten nach eigenen Angaben vor allem aus Kostengründen auf die Dienste der größten deutschen Nachrichtenagentur dpa. Für großes Aufsehen in der Branche hat der Verzicht der WAZ-Verlagsgruppe auf die dpa-Dienste gesorgt. Bei der nr-Jahrestagung stieß die Podiumsdiskussion „Streit um Agenturen“

der Agenturen stärker genutzt werden. Auch das Internet spielte während der Testphase eine größere Rolle. Vor allem der dpa-Landesdienst Niedersachsen könne derzeit durch keine andere Agentur adäquat ersetzt werden, ebenso wenig wie das Bildarchiv.

Wilm Herlyn lobte mehrfach das „konstruktive Verhalten“



am Samstagmittag auf durchwachenes Interesse.

Etwa 35 Zuhörer kamen in den Raum R1. Deren Diskussionsfreude mit den Männern auf dem Podium war gering. Moderator Steffen Grimberg (taz) brachte durch zugespitzte Fragen Leben in das Gespräch der Podiumsteilnehmer. Zu einer kurzen verbalen Auseinandersetzung kam es zwischen Wilm Herlyn (Chefredakteur dpa) und Daniel Jahn, Chefredakteur der Nachrichtenagentur afp (Agence France Presse). Herlyn kritisierte die afp, weil diese seiner Ansicht nach mit Preisen beim Kunden agiere, wo ihm „ganz schlecht wird“. Eine weitere Konfrontation zwischen Herlyn und Jahn unterband der sichtlich genervte Horst Seidenfaden, Chefredakteur der Hessisch-Westfälischen Allgemeinen (HNA), mit der Bemerkung, dass er „nicht aufs Podium“ gekommen sei, „um an einem Streit zwischen dpa und afp teilzunehmen“. Daniel Jahn wies auch Vorwürfe weit von sich, dass die afp indirekt vom französischen Staat subventioniert werde. Seit 1987 sei afp unabhängig von Frankreich. Kein Kunde habe sich bisher über mangelnde Unabhängigkeit beschwert, so Jahn weiter. Die Afp Deutschland GmbH zahle „ganz regulär Lizenzgebühren an das Mutterhaus in Frankreich“.

Horst Seidenfadens HNA hatte vor kurzem einen sechswöchigen Versuch unternommen, ohne dpa-Dienste zu arbeiten. Ergebnis: „Inzwischen nutzen wir wieder die dpa“, sagte der HNA-Chefredakteur. Laut Seidenfaden sei es ohne dpa gegangen. Es habe aber mehr Arbeit mit sich gebracht. Mehr Artikel mussten selbst geschrieben und an-

der HNA. Die dpa sei vorab über den dortigen Test informiert gewesen und habe die Zeit als eine Phase intensiven Coachings für seine Firma erlebt. Durch engere Zusammenarbeit mit den Verlagen könnten die dpa-Dienste „optimiert werden“, meint Herlyn. Ein solches Vorgehen wie bei der HNA hätte er sich auch bei den Verlagshäusern gewünscht, die aus der dpa-GmbH ausgestiegen seien.

Ulrich Hackmack, Vorstand der Bremer Tageszeitungen AG, stellte die überregionalen Aufgaben von Agenturen und deren wichtige Auslandsberichterstattung heraus. Für eine Lokal- und Regionalzeitung seien die Agenturen oft eine Quelle der Information für die Redaktion. Agenturmeldungen würden bei den Bremer Tageszeitungen häufig als Anstoß für eine eigene lokale Berichterstattung genommen. Im niedersächsischen Umland von Bremen sei die Zulieferung des dpa-Landesdienstes wichtig und gut. Mit Überraschung nahmen die Zuhörer zur Kenntnis, dass für die Mitarbeiter der Bremer Tageszeitungen die Wikipedia-Seiten gesperrt seien. Wikipedia und Twitter sind für Hackmack wegen der Manipulationsmöglichkeiten keine seriösen Quellen und deshalb tabu.

Fazit: Die Podiumsteilnehmer waren sich einig, dass es künftig nicht ohne Nachrichtenagenturen gehe. Doch diese müssten ihre Dienste stärker auf die Bedürfnisse ihrer Kunden ausrichten.

Ralf Garmatter ist Freier Journalist.

Podiumsdiskussion I „Das Was-mit-Medien-Curriculum“

mit Andreas Wolfers (Henri-Nannen-Journalistenschule), Prof. Dr. Barbara Witte (Hochschule Bremen), Rudolf Porsch (Axel-Springer-Akademie) und Michael Schulte (TU Dortmund). Moderation: Annette Milz (medium magazin)

Halbwissen oder Spezialistentum?

von Alexander Matschke



Welche Qualifikationen braucht ein Nachwuchsjournalist? Muss er in der Ausbildung crossmediales Arbeiten und Newsdesk-Alltag kennen lernen? Welche Ausbildungsangebote vermitteln die wichtigsten Fähigkeiten und Kenntnisse? Und wie können junge Journalisten nach dem Abschluss der Ausbildung im Beruf Fuß fassen?

Diese für junge Journalisten zentralen Fragen diskutierte die Moderatorin Annette Milz, Chefredakteurin des Medium Magazins, bei der Podiumsrunde mit Vertretern von renommierten Ausbildungsinstitutionen in Deutschland. Entsprechend groß war das Interesse. Viele Studenten und Journalistenschüler waren unter den Zuhörerinnen und Zuhörern, wie sich nach einer Aufforderung zum Handzeichen schnell zeigte. Welches Profil braucht der Journalist der Zukunft? Diese Frage richtete Annette Milz zunächst an Rudolf Porsch, den Geschäftsführer der Axel-Springer-Akademie. Seiner Ansicht nach müssen Journalisten angesichts des technologischen Wandels zunehmend „methodische Generalisten“ sein, was etwa Darstellungsformen im Online-Journalismus angeht: „Kennen muss man alles, ohne alles zu können.“ Hinzu müsse jedoch ein fachliches Spezialistentum kommen. Für Rudolf Porsch lautet die Profil-Formel also: „Methodischer Generalist, fachlicher Spezialist“.

Dem widersprach Andreas Wolfers, Leiter der Henri-Nannen-Journalistenschule in Hamburg. Er sei ein großer Anhänger des „profunden Halbwissens“, sagte er. Während der Ausbildung soll man es nach seiner Einschätzung vermeiden, Spezialistentum zu fördern. Und zwar sowohl im Hinblick auf das vermittelte Wissen als auch in Bezug auf das Handwerk. Beim Berufseinstieg und zu Beginn der journalistischen Karriere sei es dann allerdings förderlich, „in einem bestimmten Themenbereich einfach gut“ zu sein. „Es gibt keine bessere Chance, in Redaktionen zu gelangen, als wenn man zwei, drei Mal zu einem bestimmten Bereich gute Beiträge produziert hat“, betonte Wolfers.

Technikkompetenz sei zwar wichtig, fügte er hinzu. Im Vordergrund müsse jedoch eine traditionalistische Auffassung des Journalismus stehen, so Wolfers. Und die werde eher durch Print-Darstellungsformen vermittelt als crossmedial. Bei einer Bewerbung werde zudem den Print-Arbeitsproben in der Regel eine höhere Wertigkeit bescheinigt als etwa Artikeln aus dem eigenen Blog, erklärte er.

Wie wichtig auch an den Hochschulen die Praxisorientierung ist, betonten die Vertreter der Universität Dortmund und der Hochschule Bremen. In der Hansestadt seien beispielsweise Praxisseminare zum Thema Onlinejournalismus Teil des Lehrplans, berichtete Prof. Dr. Barbara Witte, Professorin für Rundfunkjournalismus und Onlinekommunikation. Michael Schulte, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Journalistik der Technischen Universität Dortmund, präsentierte das Dortmunder Modell, das aus mehreren Elementen besteht – einer verpflichtenden Hospitation vor dem Studium, dem Besuch von universitären Lehrredaktionen und dem einjährigen Volontariat, das in den Studienplan integriert ist.

Das Publikum wollte abschließend konkrete Ratschläge von den Diskutanten. Ob es sinnvoll sei, als Absolvent einer Journalistenschule noch ein Volontariat zu durchlaufen, lautete eine Frage. Barbara Witte wies auf den Arbeitsmarkt hin, nach dem man sich richten müsse. Sie stellte fest, dass in den Personalabteilungen von Medienunternehmen das Volontariat nach wie vor hoch angesehen ist. Einig waren sich alle Teilnehmer in einer Frage: Obwohl die derzeitige Marktlage es den Verlagen erlaube, gut ausgebildete Leute schlecht zu bezahlen, sei von unbezahlten Hospitationen nach Abschluss des Studiums abzuraten, hieß es unisono.

Alexander Matschke ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Medien- und Kommunikationspolitik in Berlin.

Computer & Recherche I „Informationsbeschaffung ohne Google“

mit Albrecht Ude (Netzwerk Recherche, Trainer), Marcus Lindemann (Autorenwerk, Trainer) und Sebastian Moericke-Kreutz (dpa, Trainer)

Rasterfahndung für Journalisten

Zu Suchmaschinen wie Google gibt es jede Menge Alternativen

von Jörg Oberwittler

Nach dem Amoklauf von Winnenden sind sie stark in Verruf geraten – die Recherchen von Journalisten über Social Networks wie Facebook, StudiVZ, Xing oder MySpace. Unter einem falschen Profil hatten sich Journalisten den Zugang zu Fotos der Opfer erschlichen und diese dann ohne die Erlaubnis der Eltern veröffentlicht. Wie lassen sich diese Netzwerke für eine seriöse Recherche nutzen? Auf welchen Wegen finden Journalisten dann die gesuchten Informationen? Und welche Alternativen gibt es zu Google? Antworten auf diese Fragen wollten drei Journalisten und Recherche-Trainer mit ihrem Vortrag „Informationsbeschaffung ohne Google“ geben.

ten. Wer hier zum Beispiel im Feld „Firma jetzt“ den Suchbegriff „-Telekom“ (minus Telekom) eingibt und bei „Firma zuvor“ entsprechend „Telekom“, findet ehemalige Mitarbeiter. Über den „Status“ kann die Suche nach Angestellten, Führungskräften oder Ruheständlern verfeinert werden. Das erinnert an die Methoden der Rasterfahndung. Einziger Nachteil: Wer so effizient nach Gesprächspartnern suchen will, wird zur Premium-Mitgliedschaft gezwungen. Denn die Personen lassen sich als kostenloses Mitglied nicht anklicken. Bei der Suche nach internationalen Gesprächspartnern eignet sich stattdessen LinkedIn. Mitgliederreiche Alternativen zu Xing im deutschsprachigen Raum sind Facebook und



Die demonstrierten, dass Nachforschungen jenseits regulärer Suchmaschinen große Vorteile haben können – zum Beispiel wenn sie den Zugang zu aktuellsten Informationen erlauben. Denn Google durchforstet bestimmte Seiten nur alle paar Tage. Manche Daten können bis zu einem Jahr alt sein, sagte Marcus Lindemann, geschäftsführender Autor der Berliner Fernsehproduktions-Firma Autorenwerk. In Social Networks hingegen „halten die meisten ihr Profil relativ aktuell“, berichtete dpa-Redakteur Sebastian Moericke-Kreutz, und nannte diese Recherche daher „Echtzeitsuche“.

Wer beispielsweise über die Online-Plattform Xing die erweiterte Suche nutzt, kann sich konkrete Profile von Firmenmitarbeitern aufrufen. „Man erwischt Leute, mit denen man am Pressesprecher vorbei in einen interessanten Plausch kommen kann“, sagte Moericke-Kreutz. Manchmal bringe das die besseren Infos. Denn bekanntlich eignen sich ehemalige Mitarbeiter gut als Informanten, haben sie doch keine Sanktionen vom Arbeitgeber mehr zu befürch-

StudiVZ. Dass Social Networks für die journalistische Recherche zunehmend wichtiger werden, besagt auch eine aktuelle Studie der Technischen Universität Dortmund.

Der Workshop zeigte, dass Journalisten auch mit Lesezeichen-Sammlungen wie „Mister Wong“ oder „Delicious“ gut beraten sind. Dass wohl nur wenige Journalisten solche Dienste nutzen, offenbarte eine Blitz-Umfrage unter den gut vierzig Anwesenden. Nur einer zeigte bei der Frage nach der Benutzung von „Mister Wong“ auf. Beim englischen Pendant „Delicious“ waren es immerhin zwei Teilnehmer, die sich meldeten. Dabei ersparen diese „Social Bookmarks“ so manche Frustrationen. Denn bei „Mister Wong“ bewerten nach eigenen Angaben inzwischen drei Millionen User, wie lesenswert eine Internetseite ist. Ebenfalls ein Vorteil: die Erweiterung des eigenen Horizonts. Was finden andere Nutzer interessant? So weisen die Seiten auch Trends auf, bieten einen Fundus für künftige Themen. Ein weiterer Anbieter ist digg.com, wo die User auf spannende

Nachrichten, Podcasts und Videos verweisen können. Eine gute Alternative zu Suchmaschinen sind darüber hinaus Datenbanken, die beispielsweise mit öffentlichen Doku-

der konkrete Nutzen der Vorschläge nicht ausreichend deutlich, weitere Beispiele hätten die Bedeutung der Recherche-Werkzeuge illustrieren können. Zu kurz kam auch die



menten gefüttert sind. Sie verfügen über einen vorstrukturierten Datenbestand.

Auch der Dienst Twitter lässt sich nach Begriffen durchsuchen. Doch so mancher Journalist schreckt vor dem großen Datenwust zurück. Wie soll man das alles neben der täglichen E-Mail-Flut noch bändigen? Nicht jeder hat zwei Monitore auf dem Schreibtisch und kann eine schier unendliche Liste von „Newsfeeds“ (elektronische Nachrichten im RSS-Format) oder „Tweets“ (Bemerkungen auf Twitter) überblicken. Auswege hierfür sind „Topsy“ oder „Scoopler“. Letzterer durchforstet quasi wie eine Suchmaschine parallel Twitter, Flickr, Digg oder Delicious nach dem eingegebenen Schlagwort. Auf diesem Weg hätten sich zum Beispiel bequem Augenzeugen-Berichte vom Flugzeugabsturz in den New Yorker Hudson River, bei dem alle Insassen überlebt haben, finden lassen können.

So einige Falschmeldungen im schnelllebigen Nachrichten-Geschäft hätten überdies durch eine fundierte Online-Recherche verhindert werden können, sagte Albrecht Ude, Recherche-Trainer und freier Journalist. Zum Handwerkszeug sollte daher unbedingt die Recherche gehören, wem eine Domain gehört. Dazu listet die Seite [iana.org](http://www.iana.org) die weltweiten Toplevel-Domains auf. „Das dauert gerade einmal zwei Minuten“, sagte Ude.

Unterm Strich präsentierte die Veranstaltung eine Fülle zusätzlicher Recherche-Wege. An einigen Stellen wurde jedoch

Frage, welche ethischen Grenzen es für die Recherche in sozialen Netzwerken gibt. Insgesamt zeigte sich: Die konventionelle Recherche per Telefon, Suchmaschinen und vor Ort kann diese Suche zwar nicht ersetzen – aber ungemein bereichern.

„Journalistische Recherche im Social Web: Neue Potenziale, neue Probleme?“, Tobias Eberwein, Institut für Journalistik, Technische Universität Dortmund, www.journalistik-dortmund.de

Social Bookmarks:

www.mister-wong.de, <http://delicious.com>,
<http://digg.com>

Suche auf Twitter und Co.:

www.twitter.com, <http://topsy.com>, www.scoopler.com

Verzeichnis der Toplevel-Domains:

<http://www.iana.org>

Datenbank-Verzeichnisse:

www.completeplanet.com (70.000 Datenbanken)
<http://infomine.ucr.edu>

Jörg Oberwittler ist freier Journalist in Berlin.

Sind Zeitungen systemrelevant?

von Heribert Prantl

Zeitungen sind systemrelevant, und ich kann es beweisen. Sie sind systemrelevanter als die HRE-Bank, als die Deutsche und die Dresdner Bank. Sie sind sehr viel systemrelevanter als Opel und Arcandor. Die Süddeutsche Zeitung ist systemrelevant, die FAZ ist es, der Spiegel, die Zeit, die Welt, die Frankfurter Rundschau und die taz sind es. Viele andere

Hambacher-Schloss-Erkenntnis von 1832: Pressefreiheit ist das tägliche Brot für die Demokratie.

Hambach war damals, in den ersten Tagen der deutschen Demokratie, der Boden, in den die Freiheitsbäume gepflanzt wurden. Heute sind diese Freiheitsbäume gut verwurzelt, sie sind groß gewachsen, sie werden gepflegt vom Bundes-



sind es auch. Das System, für die sie alle relevant sind, heißt nicht Marktwirtschaft, nicht Finanzsystem und nicht Kapitalismus, sondern Demokratie. Demokratie ist eine Gemeinschaft, die ihre Zukunft miteinander gestaltet. Und die Presse in all ihren Erscheinungsformen, gedruckt, gesendet, digitalisiert, ist eine ihrer wichtigsten Gestaltungskräfte. Der Beweis für die Systemrelevanz der Presse ist 177 Jahre alt, er beginnt 1832 und er dauert bis heute. Er ergibt sich aus der Gesamtgeschichte der deutschen Demokratie.

Diese Geschichte der deutschen Demokratie beginnt 1832 auf dem Hambacher Schloss, bei der ersten deutschen Großdemonstration. Ihr Hauptorganisator war unser journalistischer Urahn Philipp Jakob Siebenpfeiffer, geboren im Revolutionsjahr 1789. Als die Regierung seine Druckerpresse versiegelte, verklagte er sie mit dem Argument: Das Versiegeln von Druckerpressen sei genauso verfassungswidrig wie das Versiegeln von Backöfen. Das ist ein wunderbarer Satz, weil darin die Erkenntnis steckt, dass Pressefreiheit das tägliche Brot ist für die Demokratie. Das ist die

verfassungsgericht in Karlsruhe. Karlsruhe ist so etwas wie das Hambach unserer Zeit. Und dieses Karlsruhe hat die Systemrelevanz der Presse in großen Urteilen bestätigt. Im Spiegel-Urteil von 1965, im Cicero-Urteil von 2007: „Eine freie, nicht von der der öffentlichen Gewalt gelenkte, keiner Zensur unterworfenen Presse“ ist ein „Wesenselement des freien Staates“. Und: Die Presse ist ein „ständiges Verbindungs- und Kontrollorgan zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertretern in Parlament und Regierung“. Das ist nicht ganz so plastisch formuliert wie im Hambacher Schloss, bedeutet aber nichts anderes: Pressefreiheit ist das tägliche Brot der Demokratie.

Das täglich Brot gibt uns natürlich auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk und das öffentlich-rechtliche Fernsehen, er/es ist Presse im Sinne des Gesetzes – und wird für das tägliche Brot auch gut entlohnt. Die Anerkennung der Systemrelevanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind die Rundfunkgebühren. Verglichen mit dem, was ARD, ZDF, Deutschlandfunk & Co insgesamt schon an Rundfunkge-

bühren erhalten haben, ist das Milliardenkonjunkturpaket für die Wirtschaft der Jahre 2008/2009 nur ein Päckchen, sind die bisherigen staatlichen Ausgaben für die HRE-Bank beinahe ein Kleinkredit. Aber für dieses Geld liefert der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht nur das täglich Brot, sondern auch allerlei Gebäck: Süßzeug, Hörnchen mit Quark und Plunder mit Frischkäse.

Sie glauben jetzt wahrscheinlich, ich hätte mit diesen Ausführungen zur Systemrelevanz der gedruckten Presse mein Plädoyer für deren Staatsfinanzierung oder Staatsunterstützung begonnen. Nein, wirklich nicht. Ich will keine Solidaritätsabgabe für die Presse, keine Staatsbürgerschaft, kein Hilfspaket und keinen Notgroschen. Den Zeitungen fehlt es gerade noch, dass es bei ihnen zugeht wie beim ZDF – dass also die politischen Parteien glauben, sie könnten sich nicht nur den Chefredakteur beim ZDF, sondern auch noch den bei der taz aussuchen. Ich will aber vor allem deswegen keine Staatsbürgerschaft, kein staatliches Hilfspaket und keinen Notgroschen für die Zeitungen, weil ich die Not der Zeitungen, über die allenthalben geklagt wird, so nicht sehe.

Ich sehe eher einen merkwürdigen journalistischen Dekadentismus, der eine Mischung ist aus Melancholie, Leichtlebigkeit, Weltschmerz und vermeintlicher Ohnmacht gegenüber Anzeigenschwund und Internet, gegenüber dem Stand und dem angeblichen unaufhaltsamen Gang der Dinge. Die angebliche Not, die angebliche Existenzkrise, ja Todesnähe der Zeitungen oder gleich gar des professionellen Journalismus, das alles gehört zu den Hysterien, die im Journalismus noch besser gedeihen als anderswo. Der Kikeriki-Journalismus, die aufgeregte Kräherei, die seit einiger Zeit unsere politische Publizistik prägt, kräht nun das eigene Ende herbei. Man schreibt sich sein eigenes fin de siècle. Man schreibt sein eigenes Produkt schlecht, so lange bis es alle glauben – selbst kluge Leute wie Jürgen Habermas und Dieter Grimm.

Der Philosoph Jürgen Habermas und Dieter Grimm, der frühere, für die Pressefreiheit zuständige Bundesverfassungsrichter, haben für eine Staatsfinanzierung von Zeitungen geworben. Sie glaubten und glauben an die existentielle Not von Zeitungen – und ihre Antwort darauf ist eine fast verzweifelte demokratische Liebeserklärung. Wir, die Journalisten, haben sie zumeist ziemlich überheblich zurückgewiesen, nicht selten deshalb, weil eine solche Zurückweisung leichter ist, als die Phantasielosigkeit des eigenen Verlagsmanagements zu beklagen und als überzogene Renditeerwartungen der eigenen Verleger anzuprangern. Überzogene Gewinnerwartungen von Eigentümern sind kein Ausdruck von Not, sondern von Kurzsichtigkeit und Dummheit.

Es ist ja bitteschön nicht so, dass die Zeitungen in Deutschland rote Zahlen schreiben, es ist nicht so, dass sie seit Jahren in der Verlustzone drucken. Sie machen nur nicht mehr so hohe Gewinne wie zuvor. Das kommt in den besten Unternehmen vor, auch in den Unternehmen, für die es kein spezielles Grundrecht gibt. Die Verlage nutzen aber die

angebliche Not für überzogene Notwehr. Viele der sogenannten Restrukturierungsmaßnahmen und Kündigungswellen in deutschen Medienhäusern sind Putativnotwehrrexesse – die zugleich, und das ist das wirklich Tragische, die Basis für künftiges Gedeihen der Presseunternehmen gefährden.

Die deutschen Zeitungen brauchen kein Staatsgeld. Sie brauchen aber Journalisten und Verleger die ihre Arbeit ordentlich machen. Sie brauchen Journalisten, die neugierig, unbequem, urteilskräftig, selbstkritisch und integer sind. Sie brauchen Verleger, die einen solchen Journalismus schätzen, die also von ihren Zeitungen mehr wollen als Geld, die stolz sind darauf, dass sie Verleger sind; und denen dieser Stolz mehr bedeutet als ein oder zwei Prozent mehr Gewinn.

Die deutsche Publizistik hat sich von der US-Zeitungsdepression lustvoll anstecken lassen. Man tut so, als sei es gottgegeben, dass der „state of play“ in den USA auch der „Stand der Dinge“ in Deutschland ist. Man sieht das amerikanische Zeitungssterben, übersieht zugleich, dass immer noch erstaunliche 50 Prozent aller erwachsenen Amerikaner täglich eine Zeitung aufschlagen. Gleichwohl gibt es die US-Krise natürlich. Lange bevor sich im Herbst 2008 die Banken- und Finanzkrise zuspitzte, steckten 19 der 50 größten US-Zeitungen in roten Zahlen. Wenn es einem Wirtschaftszweig in den USA heute noch schlechter geht als den Banken, dann sind das die Tageszeitungen. Stephan Russ-Mohl, der Journalistik-Professor in Lugano, vermeldet, was die Medienunternehmen mit den Finanzjongleuren von der Wall Street gemein haben: „Es ist noch nicht allzu lange her, da gab es nur eine einzige Branche, in der sich mit dem eingesetzten Geld noch mehr Geld verdienen ließ (als mit Banken und Zeitungen): (mit) Spielcasinos.“

Banken, Zeitungen, Spielcasinos: Das sollte den Blick darauf lenken, was zur US-Zeitungsdepression geführt hat. Es war vor allem die Geldsucht. Das US-Zeitungswesen ist jener Wall-Street-Theorie zum Opfer, wonach man Profite dadurch maximiert, in dem man das Produkt minimiert.

Die US-Zeitungen sind an die Börse gegangen und dann an der Börse heruntergewirtschaftet worden. Der Wert der Zeitungen wurde von der Wertschätzung nicht der Leser, sondern der Aktionäre abhängig gemacht. Überall und ständig wurde von den Zeitungen gefordert, ihren Aktienwert zu verbessern. Deswegen gab es Kahlschlag-Sanierungen, Korrespondentennetze wurden zerschnitten, Büros geschlossen, Redaktionen kastriert, die Druckkosten zu Lasten der gedruckten Inhalte gesenkt. An immer mehr Zeitungen haben die Investmentfonds wesentliche Aktienanteile gehalten. Dass Fondsmanager kein Interesse am Zeitungsmachen haben, liegt auf der Hand. Das war und ist der eine Grund für die US-Zeitungs-misere. Der andere hat vielleicht auch mit diesem einen zu tun: Die US-Zeitungen haben in der Bush-Ära fast komplett versagt.

In Washington hat sich – so konstatiert der Pulitzer-Preisträger Russell Baker – „das renommierte Corps der Hauptstadt-korrespondenten mit Lügen abspeisen und zur Hilfs-

truppe einer Clique neokonservativer Verschwörer machen lassen“. Die Blogs waren daher nichts anderes als eine demokratische Not- und Selbsthilfe. Blogger haben die kritischen Analysen und Kommentare gegen Bush und den Irak-Krieg lesen, die man in den Zeitungen nicht lesen konnte. Ein guter Journalismus muss wegen der Blogger nicht Heulen und Zähneklappern kriegen: Er kann dem Blog dankbar sein, wenn und weil er seine Lücken substituiert und seine Fehler aufzeigt.

Man kann viel lernen aus der US-Zeitungsdepression. Vor allem, was man tun muss, um nicht in eine solche Depression zu geraten. Da muss man einiges tun: Vielleicht muss zu allererst an die Stelle von Larmoyanz wieder Leidenschaft treten. Ein leidenschaftlicher Journalismus nähme die Manipulationen der Presse durch die Bahn AG nicht so gleichgültig hin, wie dies geschieht. Da müsste es einen Aufschrei geben. Aber vielleicht geniert man sich ja, erstens weil man diese Manipulationen mit sich hat machen lassen und weil diese zweitens nicht von der Presse, sondern von der Privatorganisation „Lobby-Control“ aufgedeckt wurden.

Und überhaupt: Die Blogs, das Internet. Ich weiß nicht, warum man sich als Zeitungsmensch vor der digitalen „Huffington Post“ fürchten soll. Sie macht das, was eine gute deutsche Zeitung auch macht: ordentlichen Journalismus. Man sollte endlich damit aufhören, Gegensätze zu konstruieren, die es nicht gibt – hie Zeitung und klassischer Journalismus, da Blog mit einem angeblich unklassischen Journalismus. Man sollte damit aufhören, mit ökonomischem Neid auf die Blogs zu schauen. Mit und in den Blogs wird sehr viel weniger Geld gemacht als mit den Zeitungen. Man sollte auch aufhören mit dem Gerede, dass der „klassische“ Journalismus in einem Bermuda-Dreieck verschwinde. Der gute klassische ist kein anderer Journalismus als der gute digitale Journalismus. Die Grundlinien laufen quer durch diese Raster und Cluster: Es gibt guten und schlechten Journalismus, in allen Medien. So einfach ist das.

Guter Journalismus hat gute, er hat große Zeiten vor sich: Noch nie hatten Journalisten ein größeres Publikum als nach der digitalen Revolution. Noch nie war Journalismus weltweit zugänglich. Und es gab wohl noch nie so viel Bedürfnis nach einem orientierenden, aufklärenden, einordnenden und verlässlichen Journalismus wie heute.

Es ist doch so: Die Ausweitung des wissbaren Wissen durch das Netz (der Philosoph Martin Bauer nennt es die horizontale Erweiterung des Wissens) wird auf Kosten ihrer Vertiefung erwirtschaftet (also, nach Bauer, ihrer Vertikalisierung). Kurz: Die Datenmenge nimmt zu, aber die Datenverarbeitung bleibt aus. Da kommt dem Journalismus eine neue Aufgabe zu: Gegen Datentrash hilft nur Reflektion und Hintergrundbildung. Daher muss der Print-Journalismus auf die Medienrevolution auch mit der Erfindung neuer „Formate“ reagieren, in denen er eine Aschenputtel-Aufgabe wahrnimmt: Die guten ins Töpfchen, die schlechten

ins Kröpfchen. Die Töpfchen – das sind die neuen Formate, in denen die Datenmenge des Web sortiert und bewertet wird. Der Amateur-Journalismus, der in den Blogs Blüten treibt, ist kein Anlass für professionellen Griesgram. Dieser Amateur-Journalismus bietet doch Chancen für eine fruchtbare Zusammenarbeit. Er ist ein demokratischer Gewinn. Mich erinnern diese Blogger an die bürgerlichen Revolutionäre von 1848/49, mich erinnert die Kommunikationsrevolution heute an die vor 150 Jahren.

Die Revolution von 1848/49 war auch eine Kommunikationsrevolution. Die Zahl der deutschsprachigen Tageszeitungen verdoppelte sich damals fast, von 940 im Jahr 1847 auf 1700 zwei Jahre später. In Paris stieg die Auflage aller Zeitungen von 50 000 vor der Revolution auf 400 000 im Mai 1848, als man in Paris 171 Zeitungen zählte. Eine der Haupttätigkeiten der unglaublich vielen politischen Vereine, die damals gegründet wurden, bestand darin, aus Zeitungen vorzulesen und sie gemeinsam zu bearbeiten.

Durch die explosionsartige Ausbreitung der Presse und durch das neue Verkehrsmittel Eisenbahn entstand ein neuer, größerer Erfahrungsraum. In Deutschland wurde auf diese Weise die intellektuellen-Idee eines gemeinsamen deutschen Vaterlandes zu einer erfahrbaren Realität. Kurz: Das Revolutionsjahr 1848 steht für einen politischen Lernprozess, der hunderttausende von Menschen einbezog und ihnen Möglichkeiten zur politischen Partizipation gab. 150 Jahre später bietet die digitale Revolution diese Möglichkeit wieder, in nie gekannter Dimension.

Anders gesagt: Blogs sind „mehr Demokratie“, bei allen Unwägbarkeiten. Blogs bergen die Chance zu einer neuen bürgerlichen Revolution. Soll da wirklich der professionelle Journalismus die Nase hochziehen, so wie es vor 150 Jahren die etablierten fürstlichen Herrschaften und die monarchischen Potentaten getan haben?

Vielleicht sollten wir in Deutschland einfach nicht mehr so viel von Pressefreiheit reden, sondern sie einfach praktizieren. Zu viel Weihrauch, sagt das Sprichwort, rußt den Heiligen. Was für einen Heiligen gilt, kann auch für ein Grundrecht gelten: In den Weihrauchschwaden ritualisierter Lobpreisungen erkennt man es kaum mehr, es verliert sein Gesicht. Dem Gesetzgeber gilt die Pressefreiheit ohnehin als Gedöns-Grundrecht. Es gehört zu dem glänzenden Tand, den man sich besonderen Tagen, etwa zum Grundgesetz-Jubiläum, aufhängt – so wie das ein eine deutsche Familie mit dem Weihnachtsschmuck am 24. Dezember macht. Nach dem Fest räumt man das Zeug wieder weg.

Im gesetzgeberischen Alltag spielt die Pressefreiheit keine Rolle, siehe zuletzt das BKA-Gesetz, siehe die Vorratsdatenspeicherung, siehe die Gesetze zur Überwachung der Telekommunikation. Journalisten-Telefone werden überwacht, die Telefonnummern werden gespeichert, die Journalisten-Computer können durchsucht werden – gerade so, als gäbe es keinen Schutz der Vertraulichkeit, als gäbe es kein Redaktionsgeheimnis. Was hilft das in der Strafprozessordnung verankerte Zeugnisverweigerungsrecht, was hilft

es dem Journalisten, wenn er die Auskunft darüber verweigern darf, wer ihm bestimmte Informationen gegeben hat – wenn der Staat das durch Computerdurchsuchung oder Telefonüberwachung ohne weiteres herausbekommen kann? Die Pressefreiheit muss, so ist es leider seit längerer Zeit, beiseite springen, wenn der Staat mit Blaulicht, also mit Sicherheitsinteressen, daherkommt. Der Gesetzgeber hat es sich angewöhnt, Pressefreiheit gering zu schätzen. Ich frage mich freilich, ob es sich nicht auch der Journalismus angewöhnt hat, sich selber gering zu schätzen. Geht nicht womöglich von der Presse selbst mehr Gefahr für die Pressefreiheit aus, als vom Gesetzgeber? Ich glaube ja: Die wirklich große Gefahr für den Journalismus hierzulande geht vom Journalismus, von den Medien selbst aus – von einem Journalismus, der den Journalismus verachtet; von Verlegern, die ihn aus echten oder vermeintlichen Sparzwängen kaputtmachen, von Medienunternehmern, die den Journalismus auf den Altar des Anzeigen- und Werbemarktes legen.

Vielleicht liegt es an meiner Regensburger Vergangenheit, dass mir an dieser Stelle ein Spruch des verstorbenen Regensburger Fürsten von Thurn und Taxis einfällt. Der hat einmal über das fürstliche Vermögen gesagt: Es sei so groß, dass man es nicht versaufen, verfressen oder verhuren könne – man könne es nur verdummen. Manchmal habe ich das Gefühl, dass es mit dem geistigen und ökonomischen Vermögen, das in großen deutschen Zeitungen steckt, auch so ist.

Im Tagungsthema steht das Wort „Morgen“. Wie wird der Journalismus morgen aussehen? Wer über die Zukunft reden will, muss die Vergangenheit kennen. Ich habe eingangs unseren Urahn Philipp Jakob Siebenpfeiffer erwähnt, weil er am Beginn einer Reihe von großen Journalisten steht. In der Weimarer Republik hießen die Siebenpfeiffers Kurt Tucholsky und Carl von Ossietzky, in der Bundesrepublik hießen sie Henri Nannen und Rudolf Augstein; auch Axel Springer – bei allen Differenzen und Unterschieden wussten sie, dass der Journalismus eine Aufgabe hat, die über das Geldverdienen hinausgeht.

Ich rede gerne von diesen großen Namen des Journalismus – weil sie nicht nur für die Vergangenheit, sondern auch für die Zukunft des Journalismus stehen. Es ist wichtig, dass die jungen Kollegen in den Journalistenschulen nicht nur lernen, wie der „Crossover-Journalismus“ funktioniert, dass sie nicht nur lernen, wie man effektiv und schnell schreibt und produziert, sondern dass sie auch erfahren, dass es journalistische Vorbilder gibt, große Vorbilder – und warum sie sind und wie sie es wurden. Warum? Weil sie nicht nur wunderbare journalistische Handwerker waren, weil sie nicht nur kluge Verleger waren – sondern weil sie eine Haltung hatten.

Haltung: Das Wort ist aus der Mode gekommen. Haltung heißt: für etwas einstehen, Haltung heißt: Sich nicht verbiegen lassen, nicht von kurzfristigen Moden, nicht von unrealistischen Renditeerwartungen, nicht von Bilanzen. Ich bin davon überzeugt: Wenn die journalistische Bilanz der

Zeitung, eines Medienunternehmens stimmt, dann stimmt langfristig auch die ökonomische. Zur angemessenen journalistischen Haltung heute gehört auch, sich gemeinsam zu überlegen, wie man auf „kreative“ Weise sparen kann. Das heißt: Wir müssen uns darüber klar werden, was eine Presse braucht, die ihre Freiheit gegen die Ökonomisierung von Nachrichten- und Medienmärkten politisch verteidigen will.

Noch einmal: Vielleicht sollten wir von Pressefreiheit weniger reden, sie dafür aber mehr praktizieren – das gilt für Verlage und Redaktionen. Ich nenne ausdrücklich beide: Verlage und Redaktionen. Sie beide müssen in ihrer Arbeit, nicht durch wohlfeile Resolutionen an den Gesetzgeber, zeigen, was Pressefreiheit ist und was sie ihnen wert ist. Schlimmer als Cicero-Razzien, als Vorratsdatenspeicherung und Online-Durchsuchung sind geistige Zwangsjacken, die sich der Journalismus selber anzieht, schlimmer sind die Kastrations-Aktionen, welche Verleger in den Redaktionen exekutieren. Pressefreiheit ist nicht die Freiheit, Redaktionen auszupressen. Pressefreiheit ist auch nicht die Freiheit, sie durch redaktionelle Zeitarbeitsbüros zu ersetzen, als gelte es, ein Call-Center eine Weile am Laufen zu halten. Pressefreiheit ist nicht die Freiheit der Heuschrecken, sondern die Freiheit verantwortungsbewusster Journalisten und Verleger. Heuschrecken fressen alles, auch die Pressefreiheit. Manchmal tarnen sich Heuschrecken auch als brave Käfer. Journalistische Arbeit kann man nicht einfach in PR-Büros, lobbyfinanzierte Werbeagenturen und Schreibbüros auslagern. Genau das geschieht aber: Es besteht wie noch nie seit 1945 die akute Gefahr, dass der deutsche Journalismus verflacht und verdummt, weil der Renditedruck steigt; weil an die Stelle von sach- und fachkundigen, nicht von Interessengruppen bezahlten Journalisten immer öfter von Produktionsassistenten für Multimedia gesetzt werden, wieselflinke Generalisten, die von allem wenig und von nichts richtig etwas verstehen. Aus dem Beruf, der heute Journalist heißt, wird dann ein multifunktionaler Verfüller von Zeitungs- und Webseiten. Solche Verfüllungstechnik ist allerdings nicht die demokratische Kulturleistung, zu deren Schutz es das Grundrecht der Pressefreiheit gibt.

Der Presse ist die Freiheit garantiert. Presse sind Journalisten, Verleger, Medienunternehmen. Die Pressefreiheit könnte entfallen, wenn diese Freiheit als Freiheit ohne Verantwortung missverstanden wird – und: Wenn Medienunternehmen sich nur noch als Renditeunternehmen wie jedes andere auch verstehen. Manager, die glauben, die Herstellung von Druckwerken sei nichts anderes als die Herstellung von Plastikfolien, täuschen sich. Für die Hersteller von Plastikfolien gibt es kein eigenes Grundrecht. Es hat einen Grund, warum es das Grundrecht der Pressefreiheit gibt: Pressefreiheit ist Voraussetzung dafür, dass Demokratie funktioniert. Wird dieser Grundsatz nicht mehr geachtet, wird das Grundrecht grundlos. Dann verlieren Zeitungen wirklich ihre Zukunft.

Es gibt immer mehr Leute, die schon die Todesanzeigen für die Zeitung entwerfen: „Geboren 1603 in Straßburg/Elsass,

gestorben 2020. Wir werden der Zeitung ein ehrendes Andenken bewahren.“ Diese Beerdigungsredner reden allerdings nicht von der Zusammenlegung von Redaktionen, auch nicht von entlassenen Redakteuren und nicht vom Outsourcing – sondern vom Internet. Seitdem der amerikanische Publizist Philip Meyer im Jahr 2004 ein Buch mit dem Titel „The Vanishing Newspaper“ veröffentlicht, also das Verschwinden der Tageszeitung angekündigt hat, hören sich die Podiumsdiskussionen auf Medientagen über das Internet so an wie Vorbereitungen zur Beerdigung der Zeitungen.

Für derlei Überlegungen ist es aber erstens ein bisschen früh, denn selbst Professor Meyer hat den Tod der Tageszeitung erst für das Jahr 2043 vorhergesagt. Zweitens könnte es sich mit Meyers Prophezeiungen so verhalten wie mit denen seines Kollegen Francis Fukuyama, der 2002, als das östliche Imperium und der Staatskommunismus zusammengebrochen waren, das „Ende der Geschichte“ ausgerufen hat. Die Geschichte mochte sich dann nicht daran halten.

Aber es gibt den von mir schon beschriebenen Ehrgeiz, das Zeitungssterben und die von Meyer berechnete Mortalität zu beschleunigen. Zuletzt hat sich in Deutschland David Montgomery bemüht, der „Berliner Zeitung“ den Journalismus auszutreiben und aus der Zeitung eine Benutzeroberfläche zu machen, auf der immer weniger von dem platziert wird, was Geld kostet (nämlich gute Artikel), aber immer mehr von dem, was Geld bringt (nämlich Werbung und Product-Placement). Das Muster kennt man, wie schon erwähnt, aus den USA: Journalisten werden entlassen, Korrespondenten eingespart, Redaktionen aufgelöst, eigene Texte durch solche von Agenturen ersetzt oder billig eingekauft. Die Chefredaktion verwandelt sich in eine Geschäftsführung. Geist mutiert in Geistlosigkeit. Man spart, bis die Leser gehen. Es ist wie eine absonderliche Version des Märchens vom Rumpelstilzchen: Es wird – aus Geldsucht und Unverstand – Gold zu Stroh gesponnen. Bei der Berliner Zeitung hat sich das Blatt nun hoffentlich zum wieder Besseren gewendet. Aber ich fürchte: Montgomery ist zwar weg, aber sein Beispiel macht Schule.

Die gute Zukunft der Zeitung sieht anders aus: Die Tageszeitung muss sich, sie wird sich verändern – sehr viel mehr, als die Konkurrenz von Rundfunk und Fernsehen sie verändert hat. Der Inhalt der Zeitung wird ein anderer sein, als man es bisher gewohnt war, aber sie wird immer noch und erst recht Zeitung sein: Und die Texte, die dort stehen, werden Nachrichten im Ursinne sein müssen – Texte zum Sich-danach-Richten. Es wird auch Texte und Formate geben müssen, die den Datentrash des Internet sortieren, ordnen und bewerten. Das kriegt man nicht umsonst, das kostet. Aber ich glaube, dass sich viele Zeitungsleser das auch etwas kosten lassen werden – und dass es User geben wird, die genau deswegen zur Zeitung finden werden.

Gegen Datentrash hilft, wie gesagt, nur Reflektion und Hintergrundbildung. Das muss die Zeitung bieten. Mit einem

allmählich verdummenden Journalismus kann man das aber nicht leisten. Ein Billigjournalismus ist zum Wegwerfen, nicht zum Lesen. Wenn sich eine Zeitung an Anzeigenblättern orientiert, ist sie keine Zeitung mehr, sondern eben ein Anzeigenblatt, das nicht einmal mehr ausreichend Anzeigen kriegt.

Weil der Journalismus kein Billigjournalismus sein darf, kann es auch nicht mehr lang gut gehen, dass Zeitungen ihre wichtigsten Stücke im Internet verschenken. Das ist eine, im Wortsinn, Selbstpreisgabe. Es wird sehr schnell ein Kurswechsel stattfinden müssen – hin zu einem ganz einfach, simplen, gut praktikablen System des Micro-Payment pro Artikel. Den Appetizer gibt es dann umsonst, das Hauptgericht kostet ein paar Cent. Click and buy: Das bringt niemanden um, das macht aber die Zeitungen stärker.

Ansonsten hätte ich nichts dagegen, wenn das Stiftungswesen, das sich in Deutschland erfreulicherweise sehr im Aufschwung befindet, sich auch der einen oder anderen Zeitung annähme: Das Zeitungswesen könnte ein wenig Mäzenatentum durchaus vertagen. Eine Zeitungsstiftung ist ein wahre Gemeinwohl-Stiftung. Das FAZ-Stiftungsmodell – die Fazit-Stiftung verteidigt seit Jahrzehnten die finanzielle und redaktionelle Unabhängigkeit der Frankfurter Allgemeinen Zeitung – müsste doch Nachahmer locken können. Es gibt ja nicht wenige kluge und verantwortungsbewusste Milliardäre in Deutschland.

Das Internet, das Internet. Viele Zeitungsleute reden darüber wie von einem neuen Hunneneinfall. Die Hunnen kamen vor 1500 Jahren aus dem Nichts, schlugen alles kurz und klein (und verschwanden hundert Jahre später wieder). Das Internet schlägt gar nichts kurz und klein. Das ist doch auch die Lehre aus jeder mediengeschichtlichen Revolution: Kein neues Medium hat je die alten Medien verdrängt. Es kommt zu Koexistenzen. Das Internet ersetzt nicht gute Redakteure, es macht gute Journalisten nicht überflüssig; im Gegenteil: es macht sie noch wichtiger als bisher.

Und es wird weiterhin und mehr denn je gelten: Autorität kommt von Autor und Qualität kommt von Qual. Dieser Qualitäts-Satz Satz hängt zwar in der Hamburger Journalistenschule, aber er gilt nicht nur für Journalistenschüler. Er meint nicht, dass man die Leser und User mit dümmlichem, oberflächlichem Journalismus quälen soll. Qualität kommt von Qual: Dieser Satz verlangt von Journalisten in allen Medien, auch im Internet, dass sie sich quälen, das Beste zu leisten – und er verlangt von den Verlegern, dass sie die Journalisten in die Lage versetzen, das Beste leisten zu können. Dann hat Journalismus eine glänzende Zukunft. Bleiben wir beim Morgengrauen. Morgengrauen ist der beginnende Übergang zwischen Nacht und Tag. Wenn wir den Journalismus in diesem Übergang verorten könnten – dann könnten wir sehr glücklich sein. Wenn die Nacht zu Ende geht, hat man die Chance, aus dem Tag etwas Gescheites zu machen.

Dr. Heribert Prantl leitet die innenpolitische Redaktion der Süddeutschen Zeitung

medienkodeX

PRÄAMBEL

Neue Technologien und zunehmender ökonomischer Druck gefährden den Journalismus. Um seine Qualität und Unabhängigkeit zu sichern, setzt sich das Netzwerk recherche für dieses Leitbild ein.

1. JOURNALISTEN* BERICHTEN UNABHÄNGIG, SORGFÄLTIG, UMFASSEND UND WAHRHAFTIG. SIE ACHTEN DIE MENSCHENWÜRDE UND PERSÖNLICHKEITSRECHTE.
2. JOURNALISTEN RECHERCHIEREN, GEWICHTEN UND VERÖFFENTLICHEN NACH DEM GRUNDSATZ „SICHERHEIT VOR SCHNELLIGKEIT“.
3. JOURNALISTEN GARANTIEREN UNEINGESCHRÄNKTEN INFORMANTENSCHUTZ ALS VORAUSSETZUNG FÜR EINE SERIÖSE BERICHTERSTATTUNG.
4. JOURNALISTEN GARANTIEREN HANDWERKLICH SAUBERE UND AUSFÜHRLICHE RECHERCHE ALLER ZUR VERFÜGUNG STEHENDEN QUELLEN.
5. JOURNALISTEN MACHEN KEINE PR.
6. JOURNALISTEN VERZICHTEN AUF JEGLICHE VORTEILSNAHME UND VERGÜNSTIGUNG.
7. JOURNALISTEN UNTERSCHIEDEN ERKENNBAR ZWISCHEN FAKTEN UND MEINUNGEN.
8. JOURNALISTEN VERPFLICHTEN SICH ZUR SORGFÄLTIGEN KONTROLLE IHRER ARBEIT UND, WENN NÖTIG, UMGEHEND ZUR KORREKTUR.
9. JOURNALISTEN ERMÖGLICHEN UND NUTZEN FORTBILDUNG ZUR QUALITÄTSVERBESSERUNG IHRER ARBEIT.
10. JOURNALISTEN ERWARTEN BEI DER UMSETZUNG DIESES LEITBILDES DIE UNTERSTÜTZUNG DER IN DEN MEDIENUNTERNEHMEN VERANTWORTLICHEN. WICHTIGE FUNKTIONEN HABEN DABEI REDAKTIONS- UND BESCHWERDEAUSSCHÜSSE SOWIE OMBUDSSTELLEN UND EINE KRITISCHE MEDIENBERICHTERSTATTUNG.

* ES SIND STETS BEIDE GESCHLECHTER GEMEINT.

Laudatio auf den Gewinner der verschlossenen Auster: Bundesverband deutscher Banken (BdB)

von Prof. Dr. Rudolf Hickel

1.) Als Ökonom beginne ich mit einer Produktbeschreibung der verschlossenen Auster: Die verschlossene Auster ist:

- kein toxisches, also vergiftetes Produkt;
- kein Bad- Produkt, vergleichbar einer Bad-Bank;
- kein Derivat, also keine ursprüngliche Forderung, die mehrfach zu einem Wertpapier ohne Wert verpackt worden ist, um es zu verhökern;
- auch kein Zertifikat, das einer Wette im Glückspiel gleicht.

Jury, Honorierung für „Informationsblockierung“, hat der Bundesverband deutscher Banken die Ansprüche sogar übererfüllt. Denn nicht nur Informationsblockierung, sondern Fehlinformierung, Halbwahrheiten, lobbyistische Rechtfertigungen kennzeichnen die Öffentlichkeitsarbeit dieses Verbandes.

Dass der BdB diesen Preis auch ernst nimmt, wird dadurch sichtbar, dass Herr Prof. Dr. Axel Weber die verschlossene



Die verschlossene Auster zielt abgesehen vom geringen Materialwert vielmehr auf die Bewertung eines Dienstleistungsprodukts, allerdings ist das ein Bad-Good. Im Mittelpunkt steht der Einsatz von Produktionsfaktoren zur Erzeugung der Dienstleistung „Informationsblockierung“, ja der gezielten Fehlinformation, der selektiven Informierung denkfauler, möglicherweise aber auch gefügiger Journalistinnen und Journalisten.

2.) Der Kritik-Preis des Netzwerks Recherche, die verschlossene Auster, wird in diesem Jahr an den Bundesverband deutscher Banken (BdB) verliehen. Die Jury verdient für die Auswahl des in diesem Jahr Preisgekrönten ein uneingeschränktes Kompliment.

Der Bundesverband deutscher Banken hat sich diesen Preis wahrhaft erarbeitet. Gemessen an dem Kriterium der

Auster persönlich entgegennehmen wird. Er ist: „der Hauptgeschäftsführer und Mitglied des Vorstandes Bank- und finanzmarktpolitische Grundsatzfragen, Wirtschafts- und Währungspolitik, internationale Beziehungen, Öffentlichkeitsarbeit, Parlament.“

Herr Prof. Dr. Weber wird sicherlich die Chance nutzen, sich auf seine Weise für diesen Preis zu bedanken.

3.) Bevor die großen Leistungen bei der Informationsblockierung und auch der Verbreitung von Fehlinformationen laudiert werden, lohnt sich der Blick auf diesen Verband der Banken. Es handelt sich um den Zusammenschluss von großteils mächtigen Privatbanken. Dabei sind:

- Großbanken wie die Deutsche Bank und teilverstaatlichte Commerzbank;
- Regionalbanken wie die vollverstaatlichte Hypo Real

Estate, die BMW-Bank, auch die Hypotheken- Karstadt Bank AG;

- Privatbankiers wie die feine Adresse B. Metzler
- Institute mit Sonderaufgaben wie die IKB
- Auslandsbanken, wie die City Group und Lehman Brothers Bankhaus AG

Der Sprecher des Vorstands, Klaus- Peter Müller, der Verantwortung für die Commerzbank trägt, ist vor einiger Zeit abgelöst worden durch: Andreas Schmitz.

gerechte Beurteilung kreditwirtschaftlicher Fragen regelmäßig auf das Expertenwissen des Bankenverbandes zurück.“ Hier geht um Lobbyarbeit im Gesetzgebungsverfahren. Dazu gehört massiver Lobbyeinfluss auf die Deregulierung der Finanzmärkte, die zu einer schweren und folgenreichen Krise des Bankensystems geführt hat. Zuletzt habe ich persönlich den BdB bei der Anhörung beim Finanzausschuss des Deutschen Bundestags erleben dürfen: Harte Lobbyarbeit gegen die Austrocknung von Steueroasen.



Zum Vorstand gehören auch Dr. Josef Ackermann, der den Preis für unerschütterliche Profitarroganz – selbst in der Finanzmarktkrise – verdient; sowie Martin Blessing von der teilverstaatlichten Commerzbank – Neu, der den Titel „Mit Ehrlichkeit zu einem Neuanfang“ verliehen bekommt.

4.) Wie prädestiniert der BdB für diesen Preis ist, ergibt sich aus der Beschreibung seiner informationellen Aufgaben:

- Die Information richtet sich nach Innen. Unterrichtet werden die Verbandsmitglieder über „aktuelle politische und wirtschaftliche Entwicklung“.

Übrigens ist nicht bekannt und deshalb wohl auch nicht anzunehmen, dass dieser Verband seine Mitglieder über die Krisen des Bankensystems und die Ursachen sowie den Vertrauensverlust ehrlich informiert hat. Warum macht sich der Bankenverband das Motto zu Eigen: Banker dürfen nur die Geschäfte betreiben, die sie verstehen und verantworten können.

- Nach Außen steht die Einflussnahme im Vordergrund: „.... Ansprechpartner für Parlament, Ministerien und Behörden in allen kreditwirtschaftlichen Fragestellungen zu sein ist ein weiterer wichtiger Bestandteil der Verbandsarbeit. Politiker und Beamte greifen für die sach-

Die Informationspolitik wird maßgeblich durch diese Lobbyinteressen bestimmt.

- Schließlich steht die Information der Medien, wie überhaupt der Öffentlichkeit auf der Agenda. Der Schlüsselsatz lautet: „Die Information der Öffentlichkeit über die Aufgaben und Tätigkeiten der privaten Banken bildet einen weiteren Schwerpunkt der Arbeit des Bankenverbandes. Es gilt, Informationslücken zu schließen, Missverständnisse auszuräumen und den vertrauensvollen Umgang miteinander zu fördern. Gerade die Banken mit ihren hochspezialisierten Finanzdienstleistungen sind von Fehleinschätzungen besonders betroffen. Der Bankenverband ist Ansprechpartner in allen bankspezifischen Fragen.“

Jenseits von Selbstkritik werden damit selbst produzierte Fehler zu Missverständnissen, mangelnde Befähigung zur Einsicht bei den Betroffenen, den Dritten gestempelt. Es geht also um informationelle Rechtfertigung, ja auch Propaganda wider die selbst erzeugten Fehlentwicklungen. Übrigens, diese Verbandspolitik zur kritiklosen Rechtfertigung der wohlstandsstiftenden Privatbanken steht im Widerspruch zu der quasistaatlichen, hoheitlichen Funktion: der Einlagensicherungsfonds, den der damalige Bundes-

kanzler, Helmut Schmidt nach der Herstatt-Pleite 1974 durchgesetzt hatte.

Der BdB muss sich dem Widerspruch stellen: Soweit seine Mitglieder mit hochriskanten, abenteuerlichen Risikogeschäften das gesamte Bankensystem in die Krise stürzen, droht am Ende der Zugriff auf den staatlich erzwungen Einlagensicherungsfonds. Die Informationspolitik des BdB unter dem Regime der Finanzmarktkrise zeigt: Der BdB verdient den Preis für Informationsblockierung und -vermeidung uneingeschränkt.

Dazu auch noch einige Beispiele:

4.1.) Die Deutung der Entstehung sowie der Ursachen dieser Finanzmarktkrise, die nicht mit der Weltwirtschaftskrise zu vergleichen ist, lenkt von den wahren Fehlleistungen auch der deutschen Privatgroßbanken ab. Ursachen und Auslöser werden auf der Homepage kontrafaktisch auf Fehlentwicklungen in den USA und dort am Ende auf die expansive Geldpolitik der Notenbank sowie auf den politisch gewollten Zusammenbruch von Lehman Brothers am 15.9. 2008 zurückgeführt.

Diese Interpretation lenkt ab von den Alchimisten in den deutschen Banken, die glaubten, wenn ich einen Stein mit der Farbe Gold anmale, dann sei das echtes Gold.

Diese Finanzmarktkrise ist jedoch das Ergebnis einer langfristig angelegten Politik der Deregulierung der Finanzmärkte. Auslöser in Großbritannien war der „Bigbang“ im Oktober 1986, mit dem Regulierungen am Finanzplatz London aufgehoben worden sind.

In Deutschland sind unter dem massiven Druck dieses Bankenverbandes seit 2002 Deregulierungen durchgepeitscht worden (Handel mit Derivaten, Öffnung des Verbriefungsmarktes, Zulassen von Hedgefonds). Die Informationspolitik dient den Lobbyzielen.

4.2.) Die Banken haben unter Vernachlässigung eines seriösen Geschäftsmodells kurzfristig hoch rentierliche, jedoch riskante Finanzmarktprodukte kreiert. Teilhabe am Kasino-kapitalismus, nicht die Unterstützung der ökonomischen Wertschöpfung stand im Vordergrund. Wo bleibt die Kritik des BdB an dem noch durch hohe Bonuszahlungen beschleunigten Verkauf etwa von Zertifikaten, die etwa einer Rentnerin ausgeschwatzt worden sind?

4.3.) Der BdB hat die Finanzkrise dazu missbraucht, die Schuld in Deutschland den staatlich verantworteten Landesbanken zuzuweisen. Sicherlich, die Geschäfte einiger Landesbanken, die über Zweckgesellschaften betrieben wurden, sind ein Skandal. Aber diese Kritik darf nicht von schweren Fehlern der Privatbanken ablenken. Hier wird eine Marktberaumungspolitik betrieben. Schließlich haben die Sparkassen und Genossenschaftsbanken solche Geschäfte nicht betrieben.

4.4.) Privatbanken haben ihre eigenen Kunden über die Risiken vieler Anlageinstrumente unzureichend, ja auch falsch informiert. Dafür müssten die Verbraucherzentralen den Preis der „faulen Tomaten“ an den BdB vergeben. Immerhin gesteht der BdB mit den kürzlich vorgelegten „Leitlinien zur Stärkung des Anlagervertrauens im Retailgeschäft“ diese Fehlberatung ein.

Da heißt es beispielsweise: „Zentrale Vorgaben zur Organisation des Kundengeschäfts richten sich an den Bedürfnissen der Kunden aus“. Im Umkehrschluss heißt das, dass bisher der bonigetriebene Verkauf von Anlageprodukten an den Kundeninteressen vorbei betrieben worden ist.

Also nicht die Gier der Kunden, sondern der Anlageberater bestimmt das Geschäft.

4.5) Die Banken, die wegen ihrer toxischen Produkte auf der Aktivseite nur noch restriktiv Kredite vergeben, belasten viele kleine und mittlere Unternehmen. Bis heute gibt es keine klare Stellungnahme zu der durch die Bankenkrise ausgelösten Kreditklemme gegenüber den kleinen und mittleren Unternehmen.

4.6) Die Banken haben die Krise, nach dem sie lange Zeit profitiert haben, verursacht. Erforderlich ist endlich dreierlei:

- eine unmissverständlich Selbstkritik und ein Schuldeingeständnis;
- die Übernahme der Verantwortung für diese Katastrophe, die jetzt die Realwirtschaft belastet;
- vor allem aber ein klares Bekenntnis zur Aufstellung von Spielregeln mit dem Ziel, die Gier zu ersticken. Das Foul darf nicht die Spielregel bleiben.

Gebraucht werden „stinklangweilige Banken“ (Paul Krugman) mit dienender Funktion.

Wann und wo hat der BdB erklärt, dass etwa Leerkäufe zu verbieten sind und der Handel mit Forderungen an eine ausreichende Eigenkapitaldeckung zu binden ist? Dieser Kritik-Preis richtet sich aber auch an die Journalistinnen und Journalisten, die sich mit welchen Motiven auch immer als gefügige Sprachrohre der Banken sowie des BdB haben missbrauchen lassen.

Ich wünsche mir, dass der SPIEGEL, der jahrelang die Globalisierung der Finanzmärkte arrogant gefordert hat, auch einmal seine schweren Irrtümer eingesteht.

Der Bundesverband deutscher Banken hat eine Chance, den Kritik-Preis, die verschlossene Auster aberkennt zu bekommen. Er muss

- selbst einen verbindlichen Kodex der Banken für ein nachhaltiges Wirtschaften vorlegen und auf dessen Realisierung seine Informationspolitik ausrichten.

Prof. Dr. Rudolf Hickel ist Direktor des „Instituts Arbeit und Wirtschaft“ (IAW) an der Universität Bremen

Gegenrede

von Prof. Dr. Manfred Weber (Geschäftsführender Vorstand)

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrter Herr Professor Hickel, meine Damen und Herren, blickt man auf die Geschichte der „Verschlossenen Auster“ zurück und auf die Quote der Gegenreden, die hier „live“ abgegeben wurden, dann fragt sich manch einer vielleicht, warum ich hier bin. Die Antwort ist einfach: Die privaten Banken, der Bankenverband und ich persönlich nehmen diese Kritik ernst. Schon deshalb, weil die Finanzkrise ein Thema ist, das alle Ernsthaftigkeit verlangt.

Das Urteil der Medien über die Banken ist dabei nur ein Aspekt: Vor allem geht es um die Kunden und die Aktionäre der Banken, aber auch um die Stabilisierungsprogramme, die der Staat mit dem Geld – mit viel Geld – der Bürger und Steuerzahler zumindest absichert. Vor diesem Hintergrund sage ich gleich zu Beginn: Ja, auch ich kenne Fälle, zu viele Fälle, in denen private Banken unglücklich oder aus Ihrer Sicht unzureichend, jedenfalls nicht optimal kommuniziert haben; in denen Ihre – und auch meine – Erwartungen nicht erfüllt wurden. Dabei schließe ich den Verband mit ein. Und ich bin alles andere als froh, dass private Banken – zumindest vorübergehend – nicht ohne Hilfe des Staates auskommen.

Was ich aber zurückweise – und zwar dezidiert zurückweise –, ist der pauschale Vorwurf, wir hätten die Aufklärung der Finanzmarktkrise behindert oder gar die Presse fehlgeleitet, wir hätten Informationen blockiert oder seien nicht bereit zur selbstkritischen Analyse dieser Krise.

Viel ist heute von den Fehlern der Banken die Rede. Ja, die gab es – bei einigen Banken mehr, bei anderen weniger. Aber jeder Fehler war einer zu viel. Dazu haben wir uns immer wieder bekannt, es ist nachzulesen in Ihren Archiven. Man mag nun einwenden: Banken hätten sich noch mehr dem öffentlichen Dialog stellen, noch mehr Medienpräsenz zeigen müssen. Doch es gab und gibt immer wieder Situationen, in denen gilt: Feuerlöschen geht vor Öffentlichkeitsarbeit.

Was meine ich damit? Die Medien haben ausführlich über die bekannten Krisenfälle berichtet, etwa die IKB, die Landesbanken oder die HRE. Ich selbst habe manche dieser Krisensitzungen miterlebt, häufig am Wochenende und bis spät in der Nacht. Unter extrem hohem Zeitdruck müssen in solchen Situationen Lösungen gefunden werden, und zwar – um es auf den Punkt zu bringen – bevor die Märkte in Tokio am Montagmorgen öffnen.

Vertraulichkeit ist dabei ein absolutes Muss, wenn man Lösungswege nicht verbauen will. Es kommt daher zwangsläufig zu einem Spannungsfeld zwischen dem Anspruch der Öffentlichkeit auf Information und dem Erfolg in der Sache. Deshalb gilt, so sehr ich natürlich – als Banker, als Ökonom, als Bürger – für Transparenz bin: Manchmal muss etwas gelöst sein, bevor man den Weg ans Mikrofon sucht. Alles andere schadet der Sache und auf Dauer auch der Glaubwürdigkeit.

Ein weiterer Kritikpunkt betrifft die angebliche „Salamitaktik“. Wenn es aber heißt, Banken würden nur „scheibchenweise“ informieren, dann muss man wissen, dass Banken an die internationalen Bilanzvorschriften gebunden sind. Diese fordern eine Bewertung der Papiere an einem bestimmten Stichtag zu Marktpreisen. Marktpreise wiederum sind volatil, und in dieser Krise sind sie äußerst volatil – bis zu dem Punkt, dass Preise gar nicht zu bestimmen waren oder sind, weil Märkte nicht mehr funktionieren und künftige – erwartete Entwicklungen nicht vorweggenommen werden können.

Um es anschaulich zu machen: Wenn die Straße überflutet ist und Sie, während ihr Keller weiter vollläuft, die Versicherung anrufen und sagen, „es sind 30 Zentimeter“, am nächsten Tag aber mitteilen müssen, „es ist doch ein halber Meter geworden“, weil es nämlich weiter geregnet hat, dann ist das keine Salamitaktik.

So viel zum Thema Kommunikation. Es wird aber auch inhaltliche Kritik ins Feld geführt:

Der erste Vorwurf lautet: „Banken stehen für einen „staatsfreien“ Markt, für einen unkontrollierten Turbokapitalismus.“ Richtig ist aber: Private Banken waren stets für wirksame Regulierung. Lassen Sie mich dies belegen:

Zum einen: Der Bankenverband hat eine europäische Finanzaufsicht für grenzüberschreitend tätige Banken bereits im Jahre 2000 gefordert, vor neun Jahren. Gebremst, ja, dieses Thema vertagt, haben andere. Es gab lange Zeit keinerlei Unterstützung für diesen Vorschlag. Heute – im Zuge der Krise – stößt unsere Position auf viel Zustimmung. Der Bankenverband steht jedoch weiter sozusagen „an der Spitze der Bewegung“, und so gehen uns zum Beispiel die jüngsten Vorschläge der Europäischen Kommission in Teilaspekten noch nicht weit genug. Kurzum: Wir arbeiten weiter daran, dem Ziel einer europäischen Finanzaufsicht näherzukommen.

Zum anderen: Immer wieder haben wir private Banken uns für eine schlagkräftige, gut ausgestattete und qualifizierte – und dementsprechend bezahlte – nationale Bankenaufsicht ausgesprochen. Die Marktteilnehmer finanzieren den

Deutschland lag von 1994 – 2007 bei 32%, 2007 sogar 37%.“ Soviel zum Thema „Gier der Banken“.

Damit komme ich zu einem Kernpunkt der Diskussion: Banken gelten vielen als Alleinverantwortliche der Finanz-



Etat der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) – und zwar „ohne Murren“. 700 zusätzliche Stellen sind seit der Gründung der BaFin im Jahre 2002 geschaffen worden. Nötig sind aber vor allem marktgerechte Gehälter. Diese fordern wir seit langem, um die BaFin auch mit hinreichend qualifiziertem Personal auszustatten. Die Antwort der Politik ist zu oft wenig ermutigend: Es sei schwierig, heißt es immer wieder, das Bundesbesoldungsrecht zu ändern. Andere Länder sind da weiter.

Und schließlich: Auch international sind wir für eine umfassende, zeitgemäße, intelligente Regulierung. Die privaten Banken tragen die G20-Leitlinie – kein Markt, kein Produkt, kein Marktteilnehmer ohne angemessene Aufsicht – voll und ganz mit.

Ein zweiter Vorwurf lautet: „Die Banken haben nichts gelernt aus der Krise und gehen über zum ‚Business as usual‘“. Aber Tatsache ist: Die Banken ziehen Konsequenzen aus der Krise und ihren eigenen Fehlern. Nur ein Beispiel: Der Bankenverband hat in den vergangenen Tagen Leitlinien für die Anlegerberatung vorgestellt. Damit setzt der Bankenverband Standards für die Geldanlage im Privatkundengeschäft. Warum? Weil wir wissen, dass Vertrauen verspielt wurde.

Unter dem Stichwort „nichts gelernt“ werden immer wieder auch die Renditeziele der Banken genannt. Die Debatte lässt dabei regelmäßig völlig offen, ob eine Vorsteuer- oder Nachsteuerrendite gemeint ist. Aber vor allem: Lassen Sie mich in diesem Zusammenhang Werner Wenning, den Vorstandsvorsitzenden der Bayer AG, zitieren: „Die durchschnittliche Eigenkapitalrendite des Verarbeitenden Gewerbes in

marktkrise. Noch einmal: Wir Banken tragen einen wesentlichen Teil der Verantwortung, ohne Zweifel. Aber es wäre zu einfach, die ganze Schuld auf einen Sündenbock zu laden. Die Ursachen der Krise liegen eben doch nicht zuletzt in den USA. Die Stichworte lauten: George Bush und seine „Ownership Society“, die laxen US-Geldpolitik nach Platzen der DotcomBlase, eine zersplitterte Aufsicht, unzureichende Kreditvergabestandards in den USA, Rating-Agenturen, auf deren Urteil sich Banken zu sehr verlassen haben. Aber nur eine Analyse der Krise ohne Vorbehalte schützt vor einer Wiederholung des Desasters! Wir brauchen daher ein vollständiges Bild der Ursachen. Kurzum: Zu eigenen Fehlern zu stehen heißt nicht, über die Fehler anderer schweigen zu müssen.

Wir wollen offene Kommunikation und haben nichts zu verbergen. Banken brauchen Sie, die Medien, und auch die kritische Begleitung der Wissenschaft. Dies setzt Transparenz voraus. Ich freue mich daher sehr, dass eine private Bank diese Konferenz unterstützt. Austern sind eben nützliche Tiere. Das Etikett „verschlossene Auster“ ist zu ertragen, wenn man es gewohnt ist, „Heuschrecke“, „Monster“, „Bankster“, „Gangster“, „Halbstarker“ oder „Pyromane“ genannt zu werden.

Aber im Ernst, ich kann Ihnen nur anbieten: Nehmen Sie mich beim Wort. Prüfen Sie unsere Transparenz. Sie sind im Bankenverband herzlich willkommen. Als Journalisten, als Wissenschaftler, als kritische Begleiter unserer Arbeit!

Prof. Dr. Manfred Weber ist Geschäftsführender Vorstand des Bundesverband Deutscher Banken

Dokumentationen



Die Dokumentationen

**nr-Werkstatt:
Interview-Kulturen**

und

**nr-Werkstatt:
Undercover**

können kostenfrei gegen einen adressierten und ausreichend frankierten Rückumschlag (DIN C5, 1,50 Euro) beim netzwerk recherche bezogen werden.

Bezugsadresse:
netzwerk recherche e.V.
Geschäftsstelle
Stubbenhuk 10, 5. OG
20459 Hamburg

www.netzwerkrecherche.de
info@netzwerkrecherche.de



Pressespiegel

Kritikpreis „Verschlossene Auster“ für Bankenverband

Hamburg (dpa/lno) – Die Journalistenvereinigung „Netzwerk Recherche“ (nr) hat ihren Kritikpreis „Verschlossene Auster“ in diesem Jahr an den Bundesverband deutscher Banken verliehen – stellvertretend für rund 220 private Geldinstitute. „Die meisten Banken betreiben ihre Öffentlichkeitsarbeit nach dem Muster Tricksen, Tarnen, Täuschen,“, sagte der nr-Vorsitzende Thomas Leif am Samstag in Hamburg. Mit dieser Methode versuchten sie, von ihrer eigenen Verantwortung für die Finanzkrise abzulenken. Der Ökonom Prof. Rudolf Hickel (Universität Bremen) als Laudator hielt dem Verband vor, in der Finanzkrise keine Selbstkritik und keine Entschuldigung formuliert zu haben.

Im Gegensatz zu früheren Preisträgern wie Ex-Bahn-Chef Hartmut Mehdorn oder der Discounter Aldi stellte sich der Verband in Hamburg der Kritik. Hauptgeschäftsführer Manfred Weber nahm die Skulptur einer „Verschlossenen Auster“ persönlich entgegen. „Ich kenne zu viele Fälle, in denen Banken unglücklich, unzureichend oder gar nicht kommuniziert haben“, räumte Weber ein. Den pauschalen Vorwurf gegen die Banken, Aufklärung verhindert und Informationen zurückgehalten zu haben, wies er allerdings zurück. Die privaten Geldinstitute bewegten sich in einem Spannungsfeld: zwi-

schen dem berechtigten Anspruch der Öffentlichkeit nach Transparenz einerseits und der Wahrung von Vertraulichkeit andererseits, um politisch auszuhandelnde Lösungswege aus ihrem Finanzdesaster nicht zu gefährden.

Mehrere hundert Journalisten haben sich beim Jahrestreffen der unabhängigen Vereinigung (450 Mitglieder) unter dem Motto „Journalismus zwischen Morgen und Grauen“ zwei Tage lang mit Entwicklungen in der Medienbranche beschäftigt. Sie ist in den Sog der Wirtschaftskrise geraten, Verlagen sind Anzeigenerlöse weggebrochen, Arbeitsplatzabbau und weitere Sparmaßnahmen sind die Folge.

„Die Krise hat die Medien erreicht, das ist nicht zu übersehen“, sagte der Intendant des Norddeutschen Rundfunks (NDR), Lutz Marmor. Zwar stehe der öffentlich-rechtliche Rundfunk vergleichsweise noch gut da, er habe in der Vergangenheit aber auch keine Renditen von 15 Prozent oder mehr gehabt, sagte Marmor. Doch wenn in der Wirtschaftskrise Menschen ihre Arbeit verlören, zahlten sie auch keine Rundfunkgebühren mehr. Zudem gingen auch bei den Sendern die Werbeumsätze zurück, als Konsequenz müsse gespart werden.

Dennoch warnte der NDR-Intendant davor, in Lethargie zu verfallen und alles schlecht zu reden. „Unter Medienmanagern ist jetzt Mut gefragt – Mut zu Investitionen in die

Qualität des Journalismus.“ Die Menschen suchten in der Krise und angesichts des „Informationsinfarkts“ nach Orientierung, nach verlässlichen Informationen und kritischer Berichterstattung. „Nicht mehr Informationen, sondern verlässliche Informationen sind das Gebot der Stunde.“

Auch der Politik-Ressortleiter der Süddeutschen Zeitung („SZ“), Heribert Prantl, attestierte einen wachsenden Datenmüll durch das Internet und hält zur „Datenverarbeitung“ mehr Reflexion und Hintergrund-Analyse für notwendig. Generell forderte er zu mehr Leidenschaft statt Larmoyanz im Journalismus auf. Gebraucht würden Verleger, die von Zeitungen mehr wollten als Geld. Andernfalls sieht er die Gefahr, dass der Journalismus „verflacht und verdummt, weil der Renditedruck steigt“. Er forderte die Meinungsmacher zu mehr Haltung auf und appellierte: „Pressefreiheit ist das tägliche Brot für die Demokratie.“

Quelle: dpa

Datum: 07.06.2009

Zeit: 09:30:00

Kritikpreis „Verschlossene Auster“ für Bankenverband

Hamburg (dpa) – Die Journalistenvereinigung „Netzwerk Recherche“ (nr) hat ihren Kritikpreis „Verschlossene Auster“ in diesem Jahr an den Bundesverband deutscher Banken verliehen – stellvertre-

tend für rund 220 private Geldinstitute. „Die meisten Banken betreiben ihre Öffentlichkeitsarbeit nach dem Muster Tricksen, Tarnen, Täuschen,“, sagte der nr-Vorsitzende Thomas Leif am Samstag in Hamburg. Mit dieser Methode versuchten sie, von ihrer Verantwortung für die Finanzkrise abzulenken.

Quelle: lno

Datum: 06.06.2009

Zeit: 15:45:00

Verschlossene Auster 2009 an den Bundesverband deutscher Banken

Hamburg (ots) - Negativ-Preis geht in diesem Jahr an den Bundesverband deutscher Banken (BdB) – stellvertretend für seine 220 Mitglieder

Hamburg. Die Verschlossene Auster, der Kritik-Preis des Netzwerks Recherche für den „Informationsblockierer des Jahres“, geht 2009 an den Bundesverband deutscher Banken (BdB) – stellvertretend für die rund 220 Mitglieder des Verbandes. Der Bankenverband und seine Mitglieder waren in der Banken- und Finanzkrise nicht auf Seiten von Transparenz und Aufklärung. Die Vertreter der Banken tauchten ab und stellten sich der Öffentlichkeit nicht ausreichend. Wenn sie eines ihrer wenigen Interviews gaben, dann versorgten sie die Öffentlichkeit mit Ausreden. Sie weigern sich, ihre Fehler einzugestehen, Versäumnisse zu erklären und Verantwortung zu übernehmen.

„Die meisten Banken betreiben ihre Öffentlichkeitsarbeit nach dem Muster Tricksen, Tarnen, Täuschen,“ sagte Dr. Thomas Leif, der Vorsitzende von Netzwerk Recherche, an-

lässlich der Verleihung der Verschlossenen Auster während der Jahreskonferenz der Journalistenvereinigung in Hamburg. „Mit dieser Methode versuchen sie von ihrer eigenen Verantwortung für die Finanzkrise abzulenken. Mit ihrem Motto 'Schuld sind immer die anderen', sind sie bislang beängstigend erfolgreich.“

Die Laudatio auf den Preisträger hielt Professor Rudolf Hickel, der Direktor des Institutes Arbeit und Wirtschaft der Universität Bremen. Er sagte: „Der Bundesverband deutscher Banken hat sich diesen Preis wahrhaft erarbeitet. Gemessen an dem Kriterium der Jury, Honorierung für Informationsblockierung, hat der Bundesverband deutscher Banken die Ansprüche sogar übererfüllt. Denn nicht nur Informationsblockierung, sondern Fehlinformation, Halbwahrheiten, lobbyistische Rechtfertigungen kennzeichnen die Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes.“

In seiner Stellungnahme zur Preisverleihung sagte der Geschäftsführende Vorstand des Bankenverbandes, Prof. Dr. Manfred Weber, in Hamburg: „Ich kenne zu viele Fälle, in denen Banken unglücklich oder gar nicht kommuniziert haben. Da schließe ich auch den Bankenverband nicht aus.“ Den pauschalen Vorwurf, die Banken hätten die Aufklärung behindert, weise er jedoch zurück. Die Arbeit des Verbands sei „hochgradig transparent“. Gleichwohl brauche er die kritische Begleitung durch Journalisten und Wissenschaftler. „Jeder Fehler ist ein Fehler zu viel“, sagte Weber.

Ein öffentliches Schuldeingeständnis der Banken ist nach Ansicht von Netzwerk Recherche die Voraussetzung, um mit einer sachlichen Analyse der Fehler des gesamten Bankensystems zu beginnen. Ein solches Eingeständnis und eine solche Debatte sind nötig, um eine künftige Finanz- und Wirtschaftskrise frühzeitig zu verhindern bzw. geeignete Frühwarnsysteme wirken zu lassen. Banken haben finanzielle Instrumente manipuliert, um hohe Renditen zu ergaunern. Zu viele Banker haben bei diesem Schneeballsystem bereitwillig mitgemacht und stehlen sich heute aus der Verantwortung.

Wir Journalisten müssen unsere Mitschuld, zu wenig recherchiert und zu wenig nachgefragt zu haben, aufarbeiten und wir wollen bei der Jahrestagung und darüber hinaus unseren Beitrag leisten. Aber zu oft kamen wir nicht dazu, den Verantwortlichen Fragen zu stellen. Sie standen nicht Rede und Antwort. Und wenn doch, dann beließen sie es beim Hinweis, die Bankenkrise sei eigentlich von amerikanischen Politikern verursacht, weil sie die Bank Lehman Brothers in Konkurs gehen ließen. Das sagte beispielsweise der bis März amtierende Präsident des Bundesverbandes deutscher Banken, Klaus-Peter Müller, und so steht es als Erklärung der Krise auf der Homepage des Bankenverbandes. Zu selten und zu wenig haben er und seine Kollegen sich in der Debatte der Frage gestellt, worin ihre Schuld besteht. Haben nicht deutsche Banken allzu bereitwillig mitgeholfen, große Risiken des amerikanischen Immobilienmarktes zu teilen und handelbar zu machen? Wurde die Krise nicht erst durch

diese Bereitschaft, unüberschaubare Risiken zu teilen und dann kunstvoll und undurchschaubar zu verpacken, überhaupt erst möglich? Davon gehen wir aus.

Bankenpräsident Klaus-Peter Müller sagte im Oktober 2008 dem Spiegel: „Wir Banken haben zu lange und zu stark auf die Ratings geschaut und uns nicht mehr mit den zugrunde liegenden Risiken der Papiere beschäftigt. Wir müssen wieder zurück zu den alten Tugenden des Bankgeschäfts und für mehr Transparenz sorgen.“ Es klang wie der Anfang eines Schuldeingeständnisses. Aber Fehler im System stellte er umgehend in Abrede. Er behauptete: Man habe aus den Fehlern gelernt. Dabei warten wir noch immer auf eine tiefer gehende, umfassende Aufarbeitung, auf Transparenz und Selbstkritik. Müller sagte: Schwerwiegende Fehler seien nur von einigen, nicht von vielen gemacht worden. Man dürfe Bankenmanager nicht pauschal verantwortlich machen. Ein Bericht der Wirtschaftswoche vom Februar 2008, der im April den Henri-Nannen-Preis für investigative Recherche erhielt, legt das Gegenteil nahe und deutet darauf hin, dass Versagen kein Einzelfall war, sondern mit System betrieben wurde: Bankangestellte sind demnach wie Druckerkolonnen organisiert, sind unter Druck gesetzt und sie beraten ihre Kunden deshalb nicht, schreibt die Autorin Melanie Bergermann, sondern sie belügen sie, und haben nur ihre Verkaufszahlen im Auge. Diese und andere unverantwortlichen Vorgehensweisen müssen deutsche Banken aufklären und öffentlich machen.

Die Banker drücken sich um Analyse und Selbstkritik. Dabei haben „auch angesehene deutsche Bankinstitute beim Umgang mit Risiko zunehmend Durchblick und Weitsicht verloren“, wie Bundespräsident Horst Köhler den Banken vorwirft. Das „Auftürmen von Finanzpyramiden“, wie Köhler ihr Vorgehen nannte, wurde für Banken zum Selbstzweck. Sie übernehmen kaum Verantwortung für ihre Risikoentscheidungen. „Bis heute warten wir auf eine angemessene Selbstkritik der Verantwortlichen“, sagte Köhler am 24. März in seiner Berliner Rede. Was Köhler damals sagte, gilt – abgesehen von der erwähnten Ausnahme – bis heute.

Der Kritik-Preis wurde in diesem Jahr zum achten Mal verliehen. Er steht als mahnendes Symbol für mangelnde Offenheit und Behinderung der Pressefreiheit von Personen oder Organisationen gegenüber den Medien. Die Preisträger erhalten zur Erinnerung und als Mahnung zur Besserung eine Skulptur des Marburger Künstlers Ulrich Behner.

Die Preisträger werden im Vorstand von Netzwerk Recherche gewählt. Preisträger der vergangenen Jahre waren der ehemalige Bundesinnenminister Otto Schily, der Lebensmittelkonzern ALDI, die Hypo-Vereinsbank (stellv. für die DAX-Unternehmen), der damalige DFB-Präsident Gerhard Mayer-Vorfelder, der ehemalige Chef der Deutschen Bahn AG, Hartmut Mehdorn, der ehemalige russische Präsident Wladimir Putin und im Vorjahr das Internationale Olympische Komitee und stellvertretend IOC-Vizepräsident Thomas Bach. Um die Skulptur zu erhalten, muss sie allerdings abgeholt oder mit einer schrift-

lichen Gegenrede verdient werden – was vor Manfred Weber, dem Geschäftsführer des Bankenverbandes, bislang nur Otto Schily und Hartmut Mehdorn auf sich nahmen.

Quelle: dpa

Datum: 06.06.2009

Zeit: 15:13:00

„Netzwerk Recherche“: Monotonie-Journalismus droht

Hamburg (dpa) – Der Vorsitzende der Journalistenvereinigung „Netzwerk Recherche“, Thomas Leif, sieht die Folgen der allgemeinen Wirtschaftskrise für den Journalismus mit Sorge. Angesichts von erneuten Sparprogrammen in den Verlagen und Medienhäusern sei eine Herrschaft der Betriebswirtschaftslehre über die Publizistik zu befürchten, sagte Leif der Deutschen Presse-Agentur dpa am Freitag in Hamburg am Rande der Jahrestagung des Netzwerkes (nr). „Es wird wenig darüber nachgedacht, mit intelligenten Weichenstellungen ein neues Publikum anzusprechen.“ Aus seiner Sicht geht es viel zu sehr darum, anspruchsvolles Angebot noch weiter zu reduzieren. „Die Folge: Es wird immer mehr vom Gleichen produziert. Es fehlen die originelle Meinung sowie originelle Zugänge zu Themen“

Mehrere hundert Journalisten tauschen sich bis Samstag über den Status quo in der Medienbranche aus. In Podiumsdiskussionen erörterten die Teilnehmer unter anderem, ob die dem deutschen Zuschauer und Leser präsentierte Auslandsberichterstattung heute noch wahrhaftig ist und warum Medien auf PR-Kampagnen he-

reinfallen. Über den Wirtschaftsjournalismus anno 2009 sagte Leif, er sei zu chronistisch, hinterfrage zu wenig und offenbare große Lücken. In der politischen Berichterstattung gebe es zu wenig sachliche Auseinandersetzung und stattdessen „hysterischen Journalismus“: „Es fehlen Publizisten mit Charisma und Meinungsstärke.“

Ein Höhepunkt der Jahrestagung ist am Samstag die Verleihung des Kritikpreises „Verschlossene Auster“. Er wird an Menschen oder Organisationen verliehen, die sich Journalisten gegenüber abschotten und Informationen verweigern. In den Vorjahren wurde die Skulptur unter anderem Ex-Bahn-Chef Hartmut Mehdorn, dem Lebensmittelkonzern Aldi und der Hypo Vereinsbank zuerkannt.

Quelle: lno

Datum: 05.06.2009

Zeit: 15:37:00

Journalisten besorgt über Folgen der Sparpolitik

Hamburg (dpa) - Der Vorsitzende der Journalistenvereinigung „Netzwerk Recherche“, Thomas Leif, sieht die Folgen der allgemeinen Wirtschaftskrise für den Journalismus mit Sorge. Angesichts von erneuten Sparprogrammen in den Verlagen und Medienhäusern sei eine Herrschaft der Betriebswirtschaftslehre über die Publizistik zu befürchten, sagte Leif der Deutschen Presse-Agentur dpa am Freitag in Hamburg am Rande der Jahrestagung des Netzwerkes. „Es wird wenig darüber nachgedacht, mit intelligenten Weichenstellungen ein neues Publikum anzu-

sprechen.“ Aus seiner Sicht geht es viel zu sehr darum, anspruchsvolles Angebot noch weiter zu reduzieren.

Quelle: lno

Datum: 05.06.2009

Zeit: 15:28:00

SZ-Journalist Prantl: Freie Presse braucht kein Staatsgeld -

Hamburg (epd). Heribert Prantl, Innenpolitik-Chef der „Süddeutschen Zeitung“ (SZ), hat sich gegen Staatshilfe für die deutsche Presse ausgesprochen. In Abhängigkeit von staatlichen Zuwendungen zu geraten könne dazu führen, dass am Ende Politiker entscheiden, wer Chefredakteur der „tageszeitung“ (taz) wird, sagte Prantl am Samstag in Hamburg auf der Jahrestagung der Journalistenorganisation „Netzwerk Recherche“.

Im Hamburger Nachrichtenmagazin „Der Spiegel“ hat sich auch Kultur-Staatsminister Bernd Neumann (CDU) gegen staatliche Hilfen für die Presse ausgesprochen. Staatliche Subventionen würden „eindeutig auch die verfassungsrechtliche Frage nach der Unabhängigkeit der Presse aufwerfen“. Wann immer der Staat Mittel vergebe, nehme er auch Einfluss. Es gebe bisher auch keine Forderung in diese Richtung, „und wir wären ja verrückt, die Verlage mit Steuermitteln zwangszubeglücken“, so Neumann. Er könne sich für die Presse keinen gesetzlichen Grundversorgungsauftrag wie im öffentlich-rechtlichen Rundfunk vorstellen.

Prantl sieht keine sachliche Notwendigkeit, über staatliche Fördermodelle für Zeitungen nachzudenken. Denn das

Ausmaß der Pressekrise mit Anzeigenverlusten und Arbeitsplatzabbau werde übertrieben. Es seien die Verlage, die die Krise nutzten, um im Form von „Putativ-Notwehr-Exzessen“ die Redaktionen zu verschlanken und Kosten zu senken. „Überzogene Gewinnerwartungen“ von Verlegern seien Ausdruck von „Kurzsichtigkeit und Dummheit“, so Prantl in Hamburg.

Bernd Buchholz, Vorstandsvorsitzender des Zeitschriftenverlags Gruner + Jahr (G+J), widersprach Prantl. Tatsächlich sei die Lage sehr ernst. Laut Buchholz brechen die Anzeigenmärkte derzeit um 30 bis 50 Prozent ein. Die Verlage bräuchten aber Gewinne, um die Unabhängigkeit der Redaktionen zu gewährleisten, so der Manager: „Wer nicht profitabel ist, wird auf Dauer nicht unabhängig bleiben.“

Skeptisch äußerte sich der G+J-Vorstandsvorsitzende zu dem Vorschlag, Qualitätsjournalismus künftig über Stiftungsmodelle zu finanzieren. Auch dieses Modell würde ähnlich wie die Staatsförderung „die Medien an den Tropf führen“. Provokant fragte Buchholz die in Hamburg versammelten Journalisten: „Was, wenn der Stifter Silvio Berlusconi heißt?“

Einig waren sich die Diskutanten darin, dass die Vertriebserlöse von Verlagen zunehmend wichtiger werden. „Das Geld muss aus dem Verkauf der Privatzeitungen kommen, sagte Jakob Augstein, Verleger der Wochenzeitung „Der Freitag“. „Zeitungen werden zu billig verkauft“, sagte Prantl. Die Praxis, Artikel im Internet zu verschenken, muss nach Auffassung des leitenden SZ-

Journalisten gestoppt werden. Alternative sei, dass Leser für einzelne Artikel online bezahlen („micro-payment“).

Der Schweizer Verleger Urs Gossweiler ist sicher, dass der tägliche Druck einer Tageszeitung auf Papier auf Dauer zu teuer sei. Seine „Jungfrau Zeitung“ in der Schweiz erscheine nur noch mit zwei gedruckten Ausgaben pro Woche, sei aber online ständig aktuell. In einem Verbreitungsgebiet mit nur 45.000 Einwohnern sei die Zeitung wirtschaftlich so gesund, dass der Verlag Gossweiler Media zehn Vollzeit-Journalisten beschäftigen könne. Wie Gossweiler erwartet auch der Medienwissenschaftler Stephan Weichert, dass die auf Papier gedruckte Zeitung in zehn bis 15 Jahren ausgedient haben werde.

Quelle: epd

Datum: 06.06.2009

Zeit: 10:01:00

NDR-Intendant verlangt verlässliche Informationen

Hamburg (dpa) - Der Intendant des Norddeutschen Rundfunks, Lutz Marmor, hat Medienmacher und Journalisten zu tiefgründigen Recherchen bei ihrer Arbeit aufgefordert. „Nicht mehr Informationen, sondern verlässliche Informationen sind das Gebot der Stunde“, sagte Marmor am Samstag in Hamburg beim Jahrestreffen der Journalistenvereinigung „Netzwerk Recherche“. In der Finanz- und Wirtschaftskrise suchten die Menschen nach Orientierung, nach verlässlichen Informationen und kritischer Berichterstattung, ergänzte der Chef der öffentlich-rechtlichen Anstalt. Er kündigte an,

im Sender Weiterbildung zum Thema Recherche zu forcieren.

Quelle: dpa

Datum: 06.06.2009

Zeit: 10:01:00

NDR Intendant Marmor: „Recherche ist Unterscheidungsmerkmal von Journalismus und Getwitter“

Hamburg (ots) - Auf die große Bedeutung von hochwertigem Journalismus gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten hat NDR Intendant Lutz Marmor am Sonnabend, 6. Juni, im Rahmen des Jahrestreffens der Journalistenvereinigung Netzwerk Recherche in Hamburg hingewiesen. „Die Menschen suchen nach Orientierung, nach verlässlichen Informationen und kritischer Berichterstattung“, sagte Marmor in seiner Grußadresse an die mehreren hundert Kongressteilnehmer, die sich in den Konferenzräumen des NDR eingefunden hatten. Der Sender ist bereits zum siebten Mal in Folge Gastgeber des Jahrestreffens. Für den NDR kündigte Intendant Marmor neue Aus- und Fortbildungsmaßnahmen zur weiteren Verbesserung der Recherchequalität an.

„Nur durch Recherche entsteht ein echter Mehrwert für die, die uns lesen, hören oder sehen“, so Marmor. „Sie ist das Fundament journalistischer Berichterstattung, zugleich das Unterscheidungsmerkmal von Journalismus und Geplapper – oder auch Getwitter.“ Marmor bekannte sich zum Qualitätsjournalismus, der essentiell für die Demokratie sei. Dabei stünden keineswegs nur einzelne Medien im Brennpunkt. „Guter Journalismus kann im Fernsehen stattfin-

den, im Radio, in Zeitungen und Zeitschriften, in Blogs und manchmal sogar auch auf den Flatscreens der U-Bahn. Nicht das Medium ist entscheidend, sondern die Qualität“, sagte Marmor.

Um sie zu sichern und zu optimieren, habe der NDR bereits seit langem einen redaktionsübergreifend recherchierenden Reporterpool eingerichtet. Der Name des Senders sei mit investigativen Fernsehmagazinen wie „Panorama“ oder „Zapp“ verbunden. Weil sich Recherche nicht auf Vorzeigeprojekte beschränken dürfe, werde sich die Aus- und Fortbildung des NDR verstärkt dem Thema widmen. Marmor: „Dafür werden wir eine Idee weiterverfolgen, die wir bereits vereinzelt ausprobiert haben: Rechercetrainer gehen in die Redaktionen und vertiefen – quasi ‘on the job’ – Rechercetechniken und -verfahren.“ Recherche sei integraler Bestandteil der journalistischen Arbeit – deshalb müsse ständig daran gearbeitet werden, so Marmor.

Quelle: lni

Datum: 06.06.2009

Zeit: 09:59:00

Recherche in der Krise? – Journalisten decken auf

Hamburg (dpa) - Recherche-Journalismus in Zeiten der Wirtschafts- und Finanzkrise steht auf der Agenda der Jahrestagung des „Netzwerk Recherche“ in Hamburg. Mehrere hundert Journalisten wollen am Freitag und Samstag erörtern, wie sie angesichts von Sparmaßnahmen in Verlagen und Medienhäusern ihrem aufklärerischen Anspruch weiterhin gerecht werden können. „Journalismus zwischen Morgen und

Dokumentationen



Die Dokumentationen

**nr-Werkstatt:
Kritischer Wirtschaftsjournalismus**

und

**nr-Werkstatt:
Dunkelfeld Korruption**

können kostenfrei gegen einen adressierten und ausreichend frankierten Rückumschlag (DIN C5, 1,50 Euro) beim netzwerk recherche bezogen werden.

Bezugsadresse:

netzwerk recherche e.V.

Geschäftsstelle

Stubbenhuk 10, 5. OG

20459 Hamburg

www.netzwerkrecherche.de

info@netzwerkrecherche.de



Grauen“ ist passend dazu die Rede des Ressortleiters Innenpolitik der „Süddeutschen Zeitung“, Heribert Prantl, am Samstag betitelt. Auch NDR-Intendant Lutz Marmor, der als Gastgeber fungiert, wird seine Meinung zum Status quo in der Medienbranche kundtun.

Ein Höhepunkt der Veranstaltung ist alljährlich die Verleihung der „Verschlossenen Auster“. Der Kritik-Preis wird an Menschen oder Organisationen vergeben, die Journalisten in ihrer Arbeit behindern. „Gewinner“ waren in früheren Jahren das Internationale Olympische Komitee, der heutige russische Ministerpräsident Wladimir Putin, Ex-Bahn-Chef Hartmut Mehdorn und der Lebensmittelkonzern Aldi.

Wie sich die Medienbranche, die von einer Anzeigenkrise gebeutelt ist, weiterentwickeln kann, soll unter der Überschrift „Angst um Jobs und Inhalte“ von namhaften Vertretern dargelegt werden. Angekündigt sind unter anderem der Vorstandsvorsitzende von Gruner + Jahr, Bernd Buchholz, „Spiegel“-Chefredakteur Georg Mascolo und der Verleger Jakob Augstein. Wie es um die Unabhängigkeit der Medien bestellt ist, soll ein Podium mit ZDF-Chefredakteur Nikolaus Brender erörtern. In Diskussionsforen geht es unter anderem um Interview-Techniken, das Reportage-Schreiben und die Informationsbeschaffung. Insgesamt sind rund 70 Diskussionsrunden, Workshops, Erzählcafés sowie Lehrstunden angesetzt.

Autor: dpa

Datum: 06.06.2009

Zeit: 09:59:00

Qualitätsjournalismus trotz Krise Treffen des „Netzwerk Recherche“

Von Michael Meyer

Über 600 Medienmacher haben beim Treffen des „Netzwerk Recherche“ in Hamburg über aktuelle Probleme des Journalismus diskutiert. Zahlreiche Redaktionen in Deutschland müssen sich mit Hürden wie niedrigen Budgets oder der Auslagerung von Redakteuren in Tochtergesellschaften auseinandersetzen.

Die Medienbranche trifft die allgemeine Wirtschaftskrise mindestens ebenso hart wie die Automobilbauer oder die Kaufhäuser – kein Wunder daher, dass das diesjährige Treffen des „Netzwerk Recherche“ unter dem Motto stand: „Journalismus zwischen Morgen und Grauen“. Über 600 Journalisten trafen sich am Freitag und Samstag in Hamburg beim NDR, um über die Probleme ihrer Branche zu sprechen. Und diese sind vielfältig: Weniger Geld, weniger Journalisten, mehr journalistisches Einerlei, so lautete die Klage vieler Medienmacher. Doch das „Netzwerk Recherche“ will auch Mut machen, und trotz Krise zu mehr Recherche und besserem Journalismus ermuntern. Michael Meyer war in Hamburg dabei.

„Journalismus ist eindeutig systemrelevant“ rief Heribert Prantl von der Süddeutschen Zeitung in seiner Eröffnungsrede seinen Kollegen zu und erwähnte in seiner anschließenden halbstündigen Tour d’Horizon alle Probleme, die die Branche derzeit beschäftigen: Gekürzte Redaktionsbudgets, Auslagerung von Redakteuren in Tochtergesellschaften und eine allgemeine

Verflachung des Journalismus seien gefährliche Entwicklungen, meint Prantl. Dennoch seien die Zeitungen noch immer in erstaunlich guter Verfassung – es gebe aber eine gewisse Weinerlichkeit der Journalisten, man schreibe sein eigenes Produkt schlecht – nicht zuletzt wegen der Konkurrenz des Internets:

„Man sollte endlich damit aufhören, Gegensätze zu konstruieren, die es nicht gibt: Also hier Zeitung und klassischer Journalismus, dort Blog mit einem angeblichen unklassischen Journalismus. Man sollte damit aufhören, mit ökonomischem Neid auf die Blogs zu schauen: Mit und in den Blogs wird sehr viel weniger Geld gemacht als mit den Zeitungen. Man sollte aufhören mit dem Gerede, dass der klassische Journalismus in einem Bermuda-Dreieck verschwände. Der gute klassische Journalismus ist nichts anderes, als der gute digitale Journalismus. Die Grundlinien laufen quer durch diese Raster, es gibt guten und schlechten Journalismus in allen Medien.“

Der Strukturwandel der Branche sei aber angesichts des Internets unausweichlich, meint „Freitag“-Verleger Jakob Augstein, und das bedeute: Weniger Journalisten werden in Zukunft womöglich mehr Inhalte liefern müssen bei insgesamt sinkenden Einnahmen. Das Internet bedeute auch, die Leser, Hörer und Zuschauer stärker einzubinden:

„Sie brauchen aber sehr wohl hochprofessionelle Journalisten, die das ordnen, sortieren, zusammensammeln, und ich glaube, Strukturwandel bedeutet, dass es nachher echt

anders ist, als vorher. Ich habe bei diesen ganzen Debatten das Gefühl, dass alle glauben, es wird nur so ein bisschen anders.“

Trotz des Strukturwandels, der ja schon in vollem Gange ist, gibt es in einigen Redaktionen erstaunliche Entwicklungen. Bei der Süddeutschen Zeitung hat man vor einigen Monaten eine Redaktion für Recherche und investigativen Journalismus gegründet. Dessen Ressortleiter, Hans Leyendecker, ist höchst erfreut über mehr Möglichkeiten und Ausreichende Personal- und Finanzausstattung – zumal mitten in der Wirtschaftskrise. Allerdings, so Leyendecker, müsse sich die Erkenntnis, dass exklusiv recherchierte Geschichten auch zum Erfolg einer Zeitung oder Zeitschrift beitragen, weiter durchsetzen.

Leyendecker:

„Die Erkenntnis ist da, also Zeitungen werden nur dann überleben können, wenn sie dem Leser etwas bieten, was er sonst nicht bekommt. Ich weiß nicht, ob man sich auch entschließen kann, das dann auch so umzusetzen, nämlich guter Journalismus braucht Geld, muss gereist werden, manchmal ist es dann auch keine Geschichte wenn man das gemacht hat, da werden die Verleger Einsicht brauchen. Ich habe mit Kollegen gesprochen, die sich überhaupt nicht mehr bewegen dürfen, nicht mehr reisen dürfen, keine Telefonkosten verursachen dürfen, die irgendwie versuchen, das Blatt zuzumachen, das halte ich für eine Gefährdung der Blätter, andere Blätter wie die FAZ, die Süddeutsche haben da sehr viel mehr Möglichkeiten, und ich glaube, die braucht

eigentlich jedes Blatt, um am Ende überleben zu können.“ Auch beim Fernsehen tut sich in einigen Sendern etwas: Beim Südwestrundfunk besteht seit anderthalb Jahren das Ressort für Reportage und Recherche, das Kompetenzen bündelt und exklusiv für den SWR und die ARD Themen recherchiert. Diese neugeschaffenen Teams sind jedoch nicht stellvertretend für die gesamte Branche, meint auch SWR-Chefreporter Thomas Leif: „Also ich glaube, das sind die Blüten, die Seerosen auf dem Teich, ... , aber es ist ein Trend, den einzelne Regionalzeitungen schon verstanden haben: Wenn exklusive Nachrichten und Storys reinkommen, steigt der Wert der Zeitung, oder auch des Mediums Hörfunk und daraus leiten sie ab, dass sie ihre Kräfte bündeln, mehr ist es ja nicht, erfahrene Leute an die Sitze nehmen und jüngere Talente so hegen und pflegen, und vor allen in die richtige Richtung platzieren, die gute Storys reinholen – die wiederum haben einen Mehrwert durch die Nachrichtenagenturen durch die Nennung des Mediums, des Absenders, insofern ist es eine Win-Win-Situation, die noch selten in Deutschland praktiziert wird, noch sind es Ausnahmeerscheinungen, aber ich glaube, zunehmend werden im Zuge der Marktanalyse andere Verleger auf diese Idee kommen oder auch Sendeverantwortliche.“

Seit letztem Jahr geistern mehrere Rettungsmodelle für investigative Recherche durch die Branche: Stiftungen könnten eine Möglichkeit sein, den Zeitungen mehr Geld für Recherche zu verschaffen, in den USA funktioniert das zum Teil schon recht gut. Auch

über die Unterstützung seitens des Staates wird schon nachgedacht – doch die meisten Medienmacher lehnen dies ab: Die Unabhängigkeit der Presse sei das höchste Gut, und nur wer unabhängig ist, kann auch guten Journalismus machen.

Dieser Gedanken steckt auch hinter der alljährlichen Verleihung der „Verschlossenen Auster“ – ein Preis mit Widerhaken: Die Auster wird verliehen an Personen oder Organisationen, die besonders ungenügend mit der Presse zusammengearbeitet haben, Otto Schily etwa bekam den Preis schon verliehen. In diesem Jahr ging die Auster an den Bundesverband der Banken. Laudator Rudolf Hickel bescheinigte dem Verband nicht nur eine schlechte, sondern sogar eine bewusst irreführende Öffentlichkeitsarbeit während der Finanzkrise, und forderte eine öffentliche Entschuldigung. Der Vertreter des Verbands, der nach Hamburg gekommen war, entschuldigte sich nicht, gelobte aber immerhin Besserung und künftig eine – noch – bessere Öffentlichkeitsarbeit.

Deutschlandradio Kultur

Datum: 06.06.09

Quo vadis, Printmedien?

Auf der Jahrestagung des „Netzwerks Recherche“ ist eine Diskussion über die Zukunft der Zeitung entbrannt. SZ-Redakteur Heribert Prantl plädiert für ein Ende des Gratis-Journalismus im Internet und gegen Staatshilfen für die Presse; viele Teilnehmer rechnen mit dem Ende der Papierzeitung in zehn bis 15 Jahren.

HAMBURG – Heribert Prantl, Innenpolitik-Chef der „Süddeutschen Zeitung“ (SZ), hat sich gegen Staatshilfe für die deutsche Presse ausgesprochen. In Abhängigkeit von staatlichen Zuwendungen zu geraten könne dazu führen, dass am Ende Politiker entscheiden, wer Chefredakteur der „tageszeitung“ (taz) wird, sagte Prantl am Samstag in Hamburg auf der Jahrestagung der Journalistenorganisation „Netzwerk Recherche“. Prantl sieht keine sachliche Notwendigkeit, über staatliche Fördermodelle für Zeitungen nachzudenken. Denn das Ausmaß der Pressekrise mit Anzeigenverlusten und Arbeitsplatzabbau werde übertrieben. Es seien die Verlage, die die Krise nutzten, um im Form von „Putativ-Notwehr-Exzessen“ die Redaktionen zu verschlanken und Kosten zu senken. „Überzogene Gewinnerwartungen“ von Verlegern seien Ausdruck von „Kurzsichtigkeit und Dummheit“, so Prantl in Hamburg.

Bernd Buchholz, Vorstandsvorsitzender des Zeitschriftenverlags Gruner + Jahr (G+J), widersprach Prantl. Tatsächlich sei die Lage sehr ernst. Laut Buchholz brechen die Anzeigenmärkte derzeit um 30 bis 50 Prozent ein. Die Verlage bräuchten aber Gewinne, um die Unabhängigkeit der Redaktionen zu gewährleisten, so der Manager: „Wer nicht profitabel ist, wird auf Dauer nicht unabhängig bleiben.“

Skeptisch äußerte sich der G+J-Vorstandsvorsitzende zu dem Vorschlag, Qualitätsjournalismus künftig über Stiftungsmodelle zu finanzieren. Auch dieses Modell würde ähnlich wie die Staatsförderung „die Medien an den

Tropf führen“. Provokant fragte Buchholz die in Hamburg versammelten Journalisten: „Was, wenn der Stifter Silvio Berlusconi heißt?“

Schweizer Verleger: Verlage sollen von Google lernen
Einig waren sich die Diskutanten darin, dass die Vertriebserlöse von Verlagen zunehmend wichtiger werden. „Das Geld muss aus dem Verkauf der Privatzeitungen kommen, sagte Jakob Augstein, Verleger der Wochenzeitung „Der Freitag“. „Zeitungen werden zu billig verkauft“, sagte Prantl. Die Praxis, Artikel im Internet zu verschenken, muss nach Auffassung des leitenden SZ-Journalisten gestoppt werden. Alternative sei, dass Leser für einzelne Artikel online bezahlen („micro-payment“).

Der Schweizer Verleger Urs Gossweiler warf den deutschen Verlegern Inkompetenz im Marketing vor. So erwirtschaftete die Suchmaschine Google Milliarden mit Online-Anzeigen, ohne selbst gute journalistische Inhalte zu produzieren. Die Verleger müssten sich fragen lassen, wieso sie das nicht selbst mit ihren guten Inhalten geschafft hätten.

Gossweiler ist sicher, dass der tägliche Druck einer Tageszeitung auf Papier auf Dauer zu teuer sei. Seine „Jungfrau Zeitung“ in der Schweiz erscheine nur noch mit zwei gedruckten Ausgaben pro Woche, sei aber online ständig aktuell. In einem Verbreitungsgebiet mit nur 45.000 Einwohnern sei die Zeitung wirtschaftlich so gesund, dass der Verlag Gossweiler Media zehn Vollzeit-Journalisten beschäftigen könne.

Wie Gossweiler erwartet auch der Medienwissenschaftler Stephan Weichert, dass die auf Papier gedruckte Zeitung in zehn bis 15 Jahren ausgedient haben werde. (epd)

Kölner Stadtanzeiger

Erstellt 07.06.09, 12:43h

„Netzwerk Recherche“ Wenn die Presse im Konsens versinkt VON DANIEL BOUHS

Es mag albern klingen, was die Bahn angestellt hat, um ihr Image zu pflegen. Dienstleister haben bekanntlich nicht nur manipulierte Studien über die Stimmungslage zum Börsengang lanciert. Sie haben auch noch inkognito Internet-Foren manipuliert und Plattformen wie YouTube mit Videos bestückt, in denen die Bahn gut wegkam. Diese Instrumente waren nicht neu, dafür aber dies: Der Manipulationsversuch wurde von dem Transparenz-Verein LobbyControl aufgedeckt – nicht von Journalisten.

Am Wochenende diskutierte das „Netzwerk Recherche“ über den Status quo und die Zukunft seiner Branche. Treffender Titel: „Journalismus zwischen Morgen und Grauen“. Auch die PR-Tricks der Bahn standen auf der Agenda. Rasch reifte die Erkenntnis: Sowohl der Erfolg der Bahn, Botschaften in der Presse zu platzieren, als auch die Art und Weise der Enthüllung sprechen nicht gerade für einen Idealzustand des Journalismus.

Selbstkritik äußerte etwa Markus Grill, der für den Stern die Affären um Ratiopharm und Lidl aufdeckte, heute aber für den Spiegel schreibt. Grill sagte, es spreche für sich, dass die PR-Tricks von

LobbyControl und nicht von Journalisten aufgedeckt wurden. Sein Fazit: „Der Journalismus dümpelt so vor sich hin.“

Er dümpelt nicht nur, er scheint vielerorts auch noch zu bequem, wie PR-Experte Klaus Kocks meinte: „Wir können gar nicht so viel PR produzieren, wie nachgefragt wird.“ Kocks muss es wissen: Er war einst Kommunikationsschef von VW und hat wie kaum ein anderer den Überblick über das Agieren der Manipulatoren. Bedauerlich, dass ihn manch einer ob seiner Offenheit nur für einen Showmaster hält – er weiß Dinge zu erzählen, die so absurd sind, dass man geneigt sein könnte, sie für unterhaltsame Scherze zu halten.

Nun landet auf Internetseiten, in Zeitungen, Zeitschriften und Funk wie Fernsehen freilich auch ungeprüft Unternehmenssprech, weil der Journalismus – gemeinsam mit der Volkswirtschaft – durch eine tiefgreifende Krise torkelt. Denn auch hier gilt: Wo kein Personal, da auch keine Qualität, sprich: keine Kontrolle. Der Chef des Bertelsmann-Ablegers Gruner + Jahr, Bernd Buchholz, begründete den Sparzwang in seinem Haus mit einem Einbruch der Anzeigenmärkte um 30 bis 50 Prozent. Und macht sich immer noch Hoffnungen: „Wer nicht profitabel ist, wird auf Dauer nicht unabhängig bleiben.“

Zum branchenweiten Stellenabbau, der längst auch die Qualität der Top-Titel gefährdet, entgegnete Heribert Prantl, ein Starautor der auflagenstarken Süddeutschen Zeitung: „Die Verlage nutzen

eine angebliche Not für eine überzogene Notwehr.“ Prantl wollte auf der Tagung im Hamburger NDR nicht glauben, dass die Krise für seine Kollegen so schlimm ist, wie sie scheint. Vielmehr zeichnete er das Bild einer „Hysterie, die im Journalismus ohnehin besser gedeiht als anderswo“. Kollegen würden das eigene Produkt gar „schlecht schreiben – so lange, bis es alle glauben“.

Es ist die Forderung nach Besinnung, die Prantl lostrat. Blogs etwa seien gar keine Gefahr für den Qualitäts-Journalismus, wohl aber, wie in den USA, „eine Selbsthilfe“, wenn die Presse „zu lange versagt“. Prantl wünschte sich deshalb: „Man sollte damit aufhören, Gegensätze zu konstruieren, die es gar nicht gibt.“ Der Amateurjournalismus in Blogs sei „am Ende doch eine Chance für eine fruchtbare Zusammenarbeit“. Von seinen Kollegen forderte Prantl ein stabiles Rückgrat, das auch die Krise übersteht. „Ein ordentlicher Journalist würde die Manipulationen der Bahn nicht einfach so hinnehmen, wie das derzeit geschieht“, sagte der Innenpolitik-Chef der SZ, der einst Staatsanwalt war.

Prantl wehrte sich gegen einzelne Rufe, die kriselnde Presse mit Staatsgeld zu stützen. „Die deutschen Zeitungen brauchen kein Staatsgeld. Sie brauchen aber Verleger und Journalisten, die ihre Arbeit gut machen. Sie brauchen Verleger, die gerne Verleger sind und diese Freude über die Rendite stellen.“

Eine Diskussion über die Auslands-Berichterstattung förderte indes wieder genug An-

haltspunkte für den Sparwahn von Sendern und Presse zutage. So sprach der mehrfach ausgezeichnete TV-Reporter Ashwin Raman von einem „Skandal“, als er feststellte, dass ARD und ZDF keine festen Studios im afghanischen Kabul eingerichtet haben – „obwohl dort deutsche Soldaten stationiert sind“. Stattdessen würden von Fall zu Fall Reporter aus Deutschland für ein paar Tage eingeflogen, die sich mit dem Land und seiner Kultur kaum auskennen. „Afghanistan ist aber mehr als nur Soldaten.“

Noch heftiger sind die Beobachtungen des Guardian-Reporters Nick Davies. „Viele verlassen sich inzwischen auf die Dienste von Nachrichtenagenturen, vor allem der Associated Press und von Reuters“, sagte Davies, der Auslands-Berichte in Großbritannien unter die Lupe nahm: „Die bauen aber gerade selbst Stellen ab.“ Nach Davies' Recherchen hätten beide Agenturen in etwa 80 Ländern zudem gar keine festen Büros. Von einer „Quellenarmut“ war die Rede. Davies: „Der Journalismus endet so in einem Konsens. Wir erzählen den Leuten weltweit dieselben Geschichten zu denselben wenigen Themen.“

fr-online

Datum: 07.06.09

Journalisten und Blogger gegen den Datentrash

Unter dem Slogan „Journalismus zwischen Morgen und Grauen“ hat das Netzwerk Recherche in Hamburg seine 8. Jahrestagung veranstaltet. Festredner Heribert Prantl (Süddeutsche Zeitung) rief die investigativen Journalisten dazu auf

(PDF-Datei), gemeinsam mit den Amateur-Bloggern das Internet als Chance zu begreifen und den Datentrash zu bekämpfen. Seine Zunft neige dazu, die aktuelle Situation schlecht zu schreiben und das Geschriebene auch noch zu glauben. Stattdessen sollten vielmehr die Vorteile der Situation gesehen werden: Der Amateur-Journalismus biete Chancen für eine fruchtbare Zusammenarbeit und sei ein demokratischer Gewinn. Gerade in Zeiten, in denen mit dem BKA-Gesetz, der Vorratsdatenspeicherung und den Gesetzen zur Überwachung der Telekommunikation die Pressefreiheit ausgehöhlt werde, müsse die Pressefreiheit von allen verteidigt werden. Prantl erhielt ausgiebigen Beifall.

Einen weiteren Höhepunkt erlebte die zweitägige Veranstaltung mit der Verleihung der verschlossenen Auster, dem Negativpreis für den Informationsblockierer des Jahres. Ausgezeichnet wurde diesmal der Bundesverband deutscher Banken, der die Anforderungen als Preisträger übererfüllt habe, wie Laudator Rudolf Hickel betonte. Der Verband habe nicht nur Informationen vorenthalten, sondern auch Fehlinformationen und Halbwahrheiten zur Finanzkrise verbreitet. Wie zuletzt Otto Schily, Preisträger des Jahres 2002, nahm der Verband den Preis an. Schily hatte seinerzeit die versammelten Journalisten als Nichtskönner und Ignoranten beschimpft und war dann aus dem Saal gestürmt; der Verbandsgeschäftsführer Manfred Weber hielt nun eine lange Dankesrede, die den Zeitplan der Tagung sprengte. Dabei bezeichnete er das Kommunikationsverhalten einiger Ban-

ken als „unglücklich“. Kontrovers wurde ein Arbeitspapier über Minimalstandards diskutiert, die Journalisten bei der Online-Recherche einhalten sollen. Mit ihnen will das Netzwerk Recherche ein ähnliches Zeichen setzen wie mit seinem Medienkodex (PDF-Datei). Zehn Punkte sollen es sein, die jeder Journalist können und kennen muss, unter anderem Webbrowser als Basis-Werkzeuge der Online-Recherche beherrschen, Universalsuchmaschinen und deren erweiterte Suchfunktionen einsetzen und Wikipedia nicht als Quelle verwenden.

Einzelne Punkte dieser Minimalstandards setzen indes ein technisches Wissen voraus, das von Journalisten kritisiert wurde, die „keine IT-Profis werden“ wollen. So heißt es in den Ausführungen zur Anonymisierung der Recherche: „Techniken und Programme der Anonymisierung (wie etwa TOR, Jondos, Proxies, Remailer) sind daher ein Muss für recherchierende Journalisten.“ Der Einsatz eines Computers dulde keine Kompromisse, wenn es um Informantenschutz und Wahrung der Pressefreiheit geht, so der Tenor.

Ob die Standards ein Zeichen setzen können, wird die Zukunft zeigen müssen. Aus der Gegenwart brachte eine muntere Diskussionsrunde um den PR-Skandal der Deutschen Bahn und Berlinpolis die Erkenntnis mit, dass der bekannteste Satz aus dem Medienkodex des Netzwerk Recherche eine neue Dimension bekommen hat: „Journalisten machen keine PR“. Allerdings wurde dieser Datentrash nicht von investigativen Journalisten aufgedeckt, sondern von Lobbycontrol, einer

zivilgesellschaftlichen Initiative.

(Dettef Borchers) / (anw/c't)
heise.de

Podiumsdiskussion „Netzwerk Recherche“ Verhärtete Fronten

In Hamburg diskutierten Politiker und Journalisten über Einfluss, Freiheit und die Winnenden-Berichterstattung.
VON RENÉ MARTENS & MAREN KELLER

Zu Beginn der Diskussion blickte Nikolaus Brender, der Chefredakteur des ZDF, noch grimmig drein. Das Thema der Debatte bei der zweitägigen Jahreskonferenz der Journalistenvereinigung „Netzwerk Recherche“ (NR) lautete am Sonnabend „Politiker als Kontrolleure – Wie unabhängig können Medien sein?“, und der Anlass war ein vor einigen Monaten vom hessischen Ministerpräsidenten Roland Koch vorgebrachtes Ansinnen: Mithilfe ihrer Mehrheit im ZDF-Verwaltungsrat will die Union dafür sorgen, dass Brenders 2010 auslaufender Vertrag nicht verlängert wird; die Motive sind offensichtlich parteipolitischer Natur. Verdruss bereitete Brender zunächst ein Wortbeitrag des NDR-Justizars Werner Hahn, der nahezu paradiesische Verhältnisse beschrieb, was die Einflussnahme von Politikern bei seinem Sender betrifft. „In unserem Verwaltungsrat sitzt kein Ministerpräsident und kein Staatssekretär“, betonte Hahn. Brender konterte, er „werde den Teufel tun und das ZDF hier als einziges Beispiel für politische Einflussnahme stehen lassen“.

Drei weitere Herren saßen auf dem Podium: Marc-Jan Eumann, Vorsitzender der SPD-Medien-

kommission und Mitglied des WDR-Rundfunkrats, Dieter Weirich, als gelernter Journalist, Ex-Parlamentarier (CDU), Ex-Intendant (Deutsche Welle) und Ex-Mitglied in Rundfunkkontrollgremien (ZDF, HR) geradezu überqualifiziert, sowie als Moderator Hans-Jürgen Jakobs, der Chefredakteur von sueddeutsche.de. Brender war somit der einzig direkt Betroffene auf dem Podium und verdeutlichte en passant die Absurdität der gesamten Causa, indem er darauf verwies, dass er einst Landesvorsitzender der Jungen Union Baden-Württemberg war, also Gesinnungsgenosse jener, die ihn jetzt vom Thron stoßen wollen. „Ein Grundübel“ sei, dass Kontrolleure direkt Kontakt mit den Redakteuren aufnahmen. Das habe er in seiner Amtszeit beim ZDF „zum großen Teil geschafft zu unterbinden“. Sogar Amüsantes wusste Brender einzustreuen: Der frühere CSU-Generalsekretär Markus Söder, erzählte er, habe ihm einmal die Position dargelegt, dass „Führungspositionen in den Redaktionen nach dem Ausgang von Wahlen zu besetzen“ seien. Er schätze Söder wegen seiner Ehrlichkeit, fügte Brender diabolisch hinzu. Ist der Einfluss der Politik also noch größer als gemeinhin gedacht? Die beiden Parteienvertreter auf dem Panel hielten dagegen, es werde eher zu wenig kontrolliert. Rundfunkräte seien „harmlose Papiertiger, die bei Kaffee und Kuchen bei Laune gehalten werden“, frotzelte Dieter Weirich, und Marc-Jan Eumann konstatierte, die ARD sei „einer der am wenigsten binnenplural kontrollierten Bereiche – obwohl dort so viel öffentliches Geld hinfließt“. Einen Vorschlag hatte er auch:

Zwecks besserer Transparenz sollten Rundfunkratssitzungen bei allen Sendern öffentlich sein. Bisher praktizieren dies zwei Häuser: der BR und der RBB.

Zum Abschluss der Tagung diskutierten Frank Nipkau (Winnender Zeitung), Georg Mascolo (Spiegel), Manfred Protze (Presserat), Hans Müller-Jahns vom MDR-Boulevardmagazin „Brisant“, Nikolaus Fest (Bild-Chefredaktion) und Gisela Mayer („Aktionsbündnis Amoklauf Winnenden“) unter der Leitung von Kuno Habermus (NDR-Magazin „Zapp“) über die Berichterstattung nach dem Amoklauf in Winnenden.

Und auch dort bildeten sich schnell die alten Fronten: Müller-Jahns und Fest fanden die Berichterstattung mit der Veröffentlichung von Fotos aus sozialen Netzwerken und der zeitnahen Befragung traumatisierter Opfer in Ordnung – der Rest eher nicht. Fest hielt es schlicht für die Aufgabe der Journalisten zu veröffentlichen, Müller-Jahns verwies auf den Druck, unter dem Medienmacher stünden.

Nachdem Mayer vom Aktionsbündnis, die früher gehen musste, den Saal verlassen hatte, fiel Müller-Jahns noch etwas ein: „Bei der Frau hätte man sich entschuldigen müssen.“ Vielleicht war der Druck dafür nicht groß genug.

taz, 07.06.2009

Weniger Geld, mehr Einerlei

Das „Netzwerk Recherche“ diskutierte in Hamburg über die Zukunft des investigativen Journalismus
Michael G. Meyer
Wir sollten aufhören, uns

selbst schlecht zu schreiben“, forderte Heribert Prantl, der Innenpolitik-Chef der Süddeutschen Zeitung kämpferisch in seiner Eröffnungsrede des achten „Netzwerk Recherche“-Treffens, in der er der Medienbranche Weinerlichkeit vorwarf. Über 600 Journalisten waren am Wochenende nach Hamburg gekommen – die Konferenz gilt mittlerweile wegen ihres umfangreichen Programms und der Prominenz der eingeladenen Journalisten als eine Art „Kirchentag des Journalismus“. Die Probleme, die es zu besprechen galt, sind vielfältig: Die Medienbranche trifft die Wirtschaftskrise wegen der zurückgehenden Werbegelder hart – kein Wunder daher, dass das diesjährige Treffen des unter dem Motto stand: „Journalismus zwischen Morgen und Grauen“. Weniger Geld, weniger Jobs, mehr journalistisches Einerlei, so lautete die Klage vieler Medienmacher.

Der Strukturwandel der Branche sei angesichts des Internets unausweichlich, meinte dazu Freitag-Verleger Jakob Augstein, und das bedeute: Weniger Journalisten werden in Zukunft womöglich mehr Inhalte liefern müssen bei insgesamt sinkenden Einnahmen. Das Internet bedeute auch, Leser, Hörer und Zuschauer stärker einzubinden. „Sie brauchen dafür aber sehr wohl professionelle Journalisten, die das ordnen, sortieren“, sagte Augstein. Strukturwandel bedeute, „dass es nachher anders ist, als vorher. Ich habe bei diesen ganzen Debatten das Gefühl, dass alle glauben, es wird nur so ein bisschen anders, und ansonsten bleibt alles beim Alten.“ Trotz des Strukturwandels gibt

es in einigen Redaktionen positive Entwicklungen. So wurde bei der Süddeutschen Zeitung eine Redaktion für Recherche und investigativen Journalismus unter Leitung von Hans Leyendecker gegründet. Die Erkenntnis, sagte Leyendecker, dass exklusiv recherchierte Geschichten auch zum Erfolg einer Zeitung oder Zeitschrift beitragen, müsse sich allerdings noch weiter durchsetzen.

Seit 2008 geistern mehrere Rettungsmodelle für investigative Recherche durch die Branche: Gemeinnützige Stiftungen könnten eine Möglichkeit sein, den Zeitungen mehr Geld zu verschaffen, in den USA funktioniert das zum Teil schon recht gut. Auch über die Unterstützung seitens des Staates wird nachgedacht – doch die meisten Medienmacher lehnen dies ab: Die Unabhängigkeit der Presse sei das höchste Gut, und nur wer unabhängig ist, kann auch guten Journalismus machen.

Der Gedanke der Unabhängigkeit steckt auch hinter der alljährlichen Verleihung der „Verschlossenen Auster“ – ein Preis mit Widerhaken: Die Auster wird an Personen oder Organisationen verliehen, die besonders ungenügend mit der Presse zusammengearbeitet haben. In diesem Jahr ging die Auster an den Bundesverband der Banken. Der Laudator, der Publizist und Professor für Ökonomie, Rudolf Hickel, bescheinigte ihm nicht nur eine schlechte, sondern sogar eine irreführende Öffentlichkeitsarbeit während der Finanzkrise und forderte eine öffentliche Entschuldigung. Der Verbandsvertreter entschuldigte sich zwar nicht, gelobte aber immerhin Besserung.

„Ich habe das Gefühl, dass alle glauben, es wird nur so ein bisschen anders.“

Jakob Augstein

Berliner Zeitung, 07.06.2009

MEDIENKRISE

Zwischen Morgen und Grauen
Journalisten beschäftigen sich auf dem Jahreskongress von „Netzwerk Recherche“ mit der Medienkrise.

VON SIMONE SCHELLHAMMER

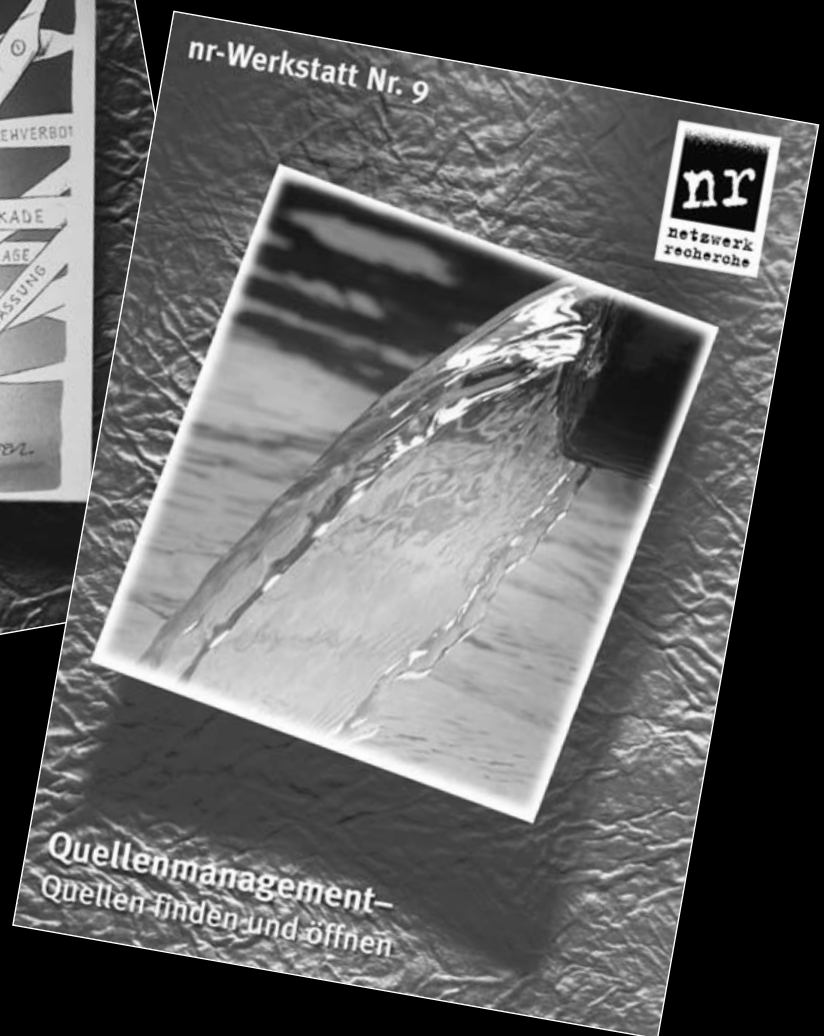
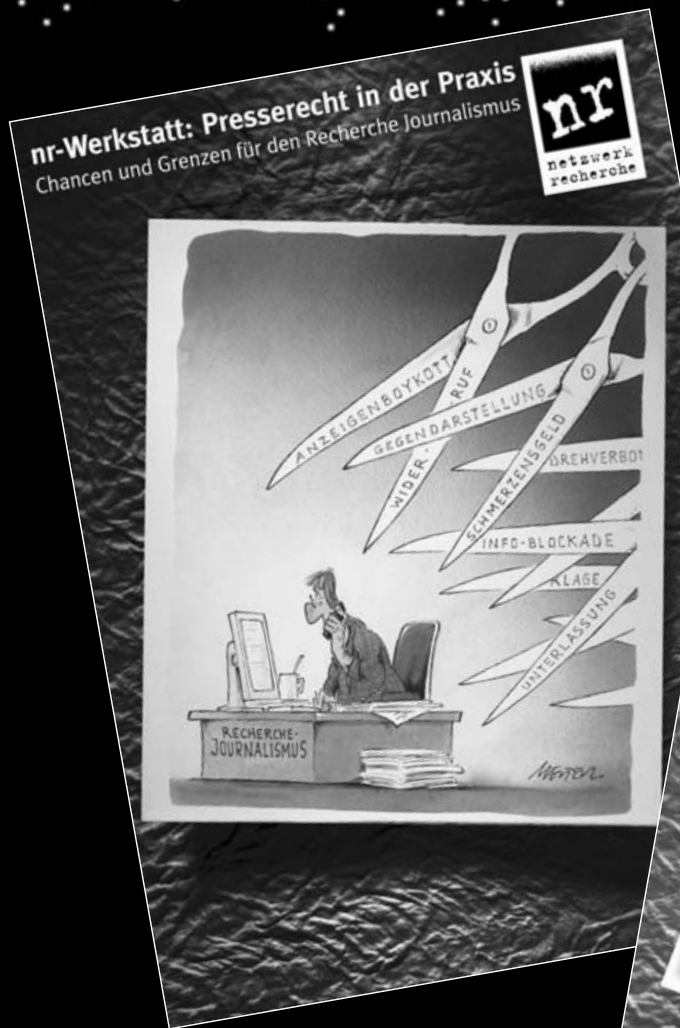
8.6.2009 0:00 Uhr

Immer wenn sich das „Netzwerk Recherche“ zu seiner Jahreskonferenz in Hamburg trifft, entsteht dabei so etwas wie eine Mischung aus Handwerksmesse und Kirchentag für Journalisten. In rund 130 Veranstaltungen wurden am Freitag und Samstag praktische Recherchetipps weitergegeben, über die Sündenfälle der Medien diskutiert und Glaubensbekenntnisse in Sachen Pressefreiheit entworfen. Angesichts der dramatischen ökonomischen Situation vieler Medien stand die Konferenz im Kongresszentrum des NDR unter dem Motto „Journalismus zwischen Morgen und Grauen“. Auch wenn es wie immer ein Panel zum Thema Krisen- und Auslandsberichterstattung gab, beschäftigte man sich verstärkt mit der eigenen Krise. Das heißt, es wurde – wie etwa beim Forum „Angst um Jobs und Inhalte“ – der finstere Ist-Zustand beschrieben, aber auch über Zukunftsmodelle nachgedacht. Oder wie Heribert Prantl von der „Süddeutschen Zeitung“ in seiner Eröffnungsrede vor den rund 700 Teilnehmern sagte: „Wenn die Nacht zu Ende geht, hat man die Chance, aus dem Tag etwas Gescheites zu machen.“

So wurde als „eines der besten Businessmodelle“ die ehemalige Ost-West-Wochenzeitung „Der Freitag“ gehandelt. Im letzten Jahr übernahm der Verleger und Journalist Jakob Augstein das Blatt, zu dem ein umfangreiches Internetangebot gehört. Augstein selbst meinte zum Strukturwandel nüchtern: „Letztendlich heißt es: Mit weniger Leuten mehr machen und weniger Geld verdienen.“ In diesem Punkt war sich der Sohn des verstorbenen „Spiegel“-Herausgebers Rudolf Augstein mit dem Vorstandsvorsitzenden der Gruner + Jahr AG, Bernd Buchholz, wohl einig, dessen Verlag derzeit harte Einschnitte verkraften muss. Für seinen oft zitierten Ausspruch, dass in der Krise die Leute „auf dem Sonnendeck Drinks und Liegestühle zur Seite stellen“ müssten, entschuldigte sich Buchholz während der Diskussion. Er habe die Dramatik der Krise und den enormen Anzeigenrückgang eindeutig unterschätzt.

Auch die Verleihung der „Verschlossenen Auster“, eines Negativ-Preises für den Informationsblockierer des Jahres, stand ganz im Zeichen der Wirtschaftskrise. Er ging an den Bundesverband deutscher Banken (BdB). „Der Bankenverband und seine 220 Mitglieder waren in der Banken- und Finanzkrise nicht auf Seiten von Transparenz und Aufklärung. Sie weigern sich, ihre Fehler einzugestehen, Versäumnisse zu erklären und Verantwortung zu übernehmen“, heißt es in der Begründung der Jury. Die Laudatio auf den Preisträger hielt Professor Rudolf Hickel, der Direktor des Institutes Arbeit und Wirtschaft der Uni-

Dokumentationen



Die Dokumentationen

**nr-Werkstatt:
Presserecht in der Praxis**

und

**nr-Werkstatt:
Quellenmanagement**

können kostenfrei gegen einen adressierten und ausreichend frankierten Rückumschlag (DIN C5, 1.50 Euro) beim netzwerk recherche bezogen werden.

Bezugsadresse:

netzwerk recherche e.V.

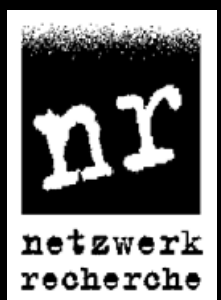
Geschäftsstelle

Stubbenhuk 10, 5. OG

20459 Hamburg

www.netzwerkrecherche.de

info@netzwerkrecherche.de



versität Bremen. Er sagte: „Nicht nur Informationsblockierung, sondern Fehlinformation, Halbwahrheiten, lobbyistische Rechtfertigungen kennzeichnen die Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes.“ In seiner Stellungnahme zur Preisverleihung sagte der geschäftsführende Vorstand des Bankenverbandes, Manfred Weber, in Hamburg: „Ich kenne zu viele Fälle, in denen Banken unglücklich oder gar nicht kommuniziert haben.“ Die Arbeit seines Verbands sei jedoch „hochgradig transparent“. Der Kritik-Preis wurde in diesem Jahr zum achten Mal vom Netzwerk Recherche verliehen. Um die Skulptur zu erhalten, muss sie abgeholt oder mit einer schriftlichen Gegenrede verdient werden – was vor Manfred Weber bislang nur Otto Schily und Hartmut Mehdorn auf sich nahmen.

Neben dem Versagen der Banken war aber auch das Versagen des Wirtschaftsjournalismus ein Thema der Konferenz. Unter der Überschrift „Nachher wussten es alle besser“ diskutierten unter anderem Götz Hamann von der „Zeit“ und Henrik Müller vom „Manager Magazin“ über die Frage, was man wann vom Platzen der Immobilienblase in den USA habe wissen können. Auch das Forum „Alle in einem Boot?“ widmete sich der Frage, ob Wirtschaftsjournalisten den Akteuren, über die sie berichten, oft viel zu nahe stehen.

Um die Beziehung zwischen Politikern und öffentlich-rechtlichem Rundfunk ging es in einer Podiumsdiskussion mit ZDF-Chefredakteur Nikolaus Brender, um dessen Vertragsverlängerung ein heftiger Streit entbrannt ist, nachdem der hessische Minis-

terpräsident Roland Koch im März in der Presse seine Ablösung gefordert hatte. Brender, der seit zehn Jahren das ZDF inhaltlich leitet und die berühmten Freundeskreise der Parteien meidet, verhielt sich stoisch und meinte: „Ich habe mich schon gewundert, dass das so lange gehalten hat.“ Zum Gebaren von Politikern in Wahlkampfzeiten sagte er: „Die einen wollen die ganze Macht, die anderen zumindest daran beteiligt bleiben, also versucht man, dort Einfluss zu nehmen, wo man ihn hat.“ Nämlich in den Rundfunkgremien, die durch sogenannte gesellschaftlich relevanten Gruppen, unter anderem Parteien, besetzt werden. Brender schlug eine Befangenheitszeit für Gremienpolitiker im Vorlauf von Wahlen vor. „Die Frage ist nur, wie lange die dauern würde, bei den vielen Wahlen.“

(Erschienen im gedruckten Tagesspiegel vom 08.06.2009)

Netzwerk Recherche verleiht Negativ-Preis Banken sind „Informationsblockierer“

Das Netzwerk Recherche hat die „Verschlossene Auster“ an den Bundesverband deutscher Banken verliehen. Weil der nicht aufrichtig und umfassend informiert.

VON SEBASTIAN HEISER

Der Journalistenverein Netzwerk Recherche hat herausgefunden, warum vor der Wirtschaftskrise in der breiten Öffentlichkeit so wenig über die Probleme bekannt war, die dann zum Crash geführt haben. Das lag nämlich nicht etwa an mangelnder Recherchen der Journalisten selbst, sondern an falschen oder nicht vollständigen Informationen der

Banken. Und deshalb hat das Netzwerk Recherche dem Bundesverband deutscher Banken am Samstag die „Verschlossene Auster“ verliehen, einen Negativ-Preis für den „Informationsblockierer des Jahres“.

Außerdem kritisierten die Journalisten, dass der Bankenverband sich seit Beginn der Finanzkrise zu wenig um Transparenz und Aufklärung bemüht und sich auch nicht ausreichend der Öffentlichkeit gestellt habe. „Nicht nur Informationsblockierung, sondern Fehlinformation, Halbwahrheiten, lobbyistische Rechtfertigungen kennzeichnen die Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes“, sagte Laudator Rudolf Hickel, Direktor des Instituts für Arbeit und Wirtschaft an der Universität Bremen. Den Preis nahm Manfred Weber entgegen, Geschäftsführer des Bankenverbandes, der dazu extra nach Hamburg zu dem Jahrestreffen des Journalistenvereins mit knapp 800 Teilnehmern angereist war.

Hickel warf den Banken außerdem vor, dass sie die Krise als etwas beschreiben würden, was von den USA nach Deutschland hinübergeschwappt sei. Das sei falsch – die Ursache der Krise sei, dass die Institute aus Profitgier ihr Geld und das ihrer Kunden in unsichere Anlagen gesteckt hätten. Die Institute hätten zudem massive Lobbyarbeit gemacht, um eine Deregulierung des Finanzmarktes zu erreichen und neue komplizierte Produkte in den Markt drücken zu können.

Auch Thomas Leif, Chefreporter Fernsehen beim Südwestrundfunk in Mainz und Vorsitzender des Netzwerk Recherche, wünscht sich mehr Aufrich-

tigkeit von den Finanzinstituten: „Die meisten Banken betreiben ihre Öffentlichkeitsarbeit nach dem Muster Tricksen, Tarnen, Täuschen.“ Damit würden die Banken versuchen, von ihrer eigenen Verantwortung für die Finanzkrise abzulenken. Leif: „Mit ihrem Motto ‚Schuld sind immer die anderen‘ sind sie bislang beängstigend erfolgreich.“

Mit dieser Begründung hätte der Verein den Preis allerdings auch an die eigene Zunft verleihen können. Schließlich hatten auch zahllose Medien jahrelang Derivate und andere komplizierte Finanzprodukte ausführlich vorgestellt. Und es fehlte hier in der Regel die Warnung, dass jeder Leser, der diese Produkte nicht versteht, besser die Finger davon lassen sollte. Beahlt wurde die Berichterstattung in vielen Fällen durch Anzeigen der Banken – ohne dass dieser Zusammenhang zwischen Anzeigen und Berichterstattung für die Leser offensichtlich erkennbar war.

Auf einem der gut 70 Foren und Workshops auf dem Kongress sollte es laut Titel um das „Versagen des Wirtschaftsjournalismus“ gehen. Doch Henrik Müller vom Manager Magazin und Götz Hamann von der Zeit waren sich einig: Sie hätten gewusst und doch auch geschrieben, dass die US-Wirtschaft ein grundsätzliches Problem hat und es zu einer Krise kommen wird. Warum sie vor den möglichen Folgen einer solchen Krise aber nicht so deutlich gewarnt hatten, dass es eine breite Öffentlichkeit mitbekam, erklärten sie nicht. Stattdessen klagten sie über die schlechte Ausstattung der Redaktionen, wodurch es für

ein deutsches Medium nicht möglich gewesen sei, die Hausblase in den USA und die Folgen des Crashes vorherzusehen.

Da lagen sie dann ganz auf einer Linie mit Bankenverband-Geschäftsführer Weber. Auch der sah nur eine geringe Mitverantwortung bei sich und seinen Verbandsunternehmen. Es gebe zwar viele Fälle, in denen Banken unglücklich oder gar nicht kommuniziert hätten. Den Pauschalvorwurf, dass die Banken die Aufklärung der Krise behindern würden, wies er allerdings zurück. Weber gelang auch noch das Kunststück, einen Fehler einzugestehen und dadurch gleichzeitig Verantwortung weiterzuschieben: Die Banken hätten den Fehler gemacht, sich zu stark auf die Bewertungen der Rating-Agenturen zu verlassen.

taz

Von Predigern

Die Zeitungskrise stand im Mittelpunkt der Jahrestagung des Netzwerks Recherche. Aber auch die jüngsten Berichte über dubiose PR-Machenschaften bei Bahn und Co. boten Diskussionsstoff.

VON GÜNTER BARTSCH

Vom »Kirchentag des Journalismus« war im Juni hier und da die Rede, als es um die Jahreskonferenz des Netzwerks Recherche ging. Damit der Vergleich zutrifft, braucht es freilich nicht nur genügend Gläubige, sondern auch Bibelarbeit und eine Predigt.

Die Tagung bot alles: 600 Teilnehmer, Arbeit an Reportagen im Rahmen von Workshops des Reporter-Forums sowie die klaren Worte von Heribert Prantl. Der SZ-Innenpolitik-

Chef bezeichnete Zeitungen in seiner Rede als »systemrelevant« – und die Pressefreiheit als »tägliches Brot für die Demokratie«. Für eine Staatsfinanzierung der gedruckten Presse wollte sich Prantl trotzdem nicht aussprechen: »Den Zeitungen fehlt es gerade noch, dass es bei ihnen zugeht wie beim ZDF.«

Pressefreiheit praktizieren
Den Verlagen las Prantl die Leviten, als er überzogene Gewinnerwartungen als Ausdruck von Kurzsichtigkeit und Dummheit brandmarkte. »Die Verlage nutzen die angebliche Not für überzogene Notwehr. Viele der sogenannten Restrukturierungsmaßnahmen und Kündigungswellen in deutschen Medienhäusern sind Putativnotwehrexzesse.«

Prantl forderte dazu auf, von Pressefreiheit nicht nur zu reden, sondern sie mehr zu praktizieren. Aufhören sollten Journalisten damit, Gegensätze zu konstruieren, die es nicht gibt: »Hier Zeitung und klassischer Journalismus, da Blog mit einem angeblich unklassischen Journalismus.« Die Grundlinien verliefen vielmehr quer: »Es gibt guten und schlechten Journalismus, in allen Medien. So einfach ist das.«

Gewinne in der Krise

Ungläubig verfolgten Gruner- und Jahr-Vorstand Bernd Buchholz sowie Spiegel-Chefredakteur Georg Mascolo die Ausführungen des Schweizer Verlegers Urs Gossweiler. Die Diskussion »Angst um Jobs und Inhalte« nutzte der Verleger der Jungfrau Zeitung, um auf die seit Jahren steigenden Werbeeinnahmen zu verweisen, die er mit lokalem Online-Journalismus erzielt – selbst

jetzt, in der Krise. Gossweiler verbucht nach eigenen Angaben ein Nettoplus von 5 Prozent.

An das tagesaktuelle Medium Zeitung glaubt Gossweiler nicht: Das Geld aus dem Verkauf von Zeitungen sei auch bisher nur in Papier, Druck und Vertrieb geflossen. Daher könnten online publizierte Inhalte ausschließlich mit Werbung finanziert werden, sagt Gossweiler. Nur durch die Konzentration auf die Inhalte könne man es mit Google und Konsorten aufnehmen. »Das Einzige was wir als Medienhaus haben, sind unsere exklusiven Inhalte.«

Reklame als »Hausmitteilung« Aber auch die Werbefinanzierung birgt Risiken: Als Fehler, der sich nicht wiederholen werde, bezeichnete Georg Mascolo eine Toyota-Anzeige im Stil der »Hausmitteilung« des Magazins. Publiziert wurde sie an üblicher Stelle.

Anders als der Schweizer Gossweiler glaubt Freitag-Verleger Jakob Augstein nicht, »dass Anzeigen auf die Dauer die wichtigste Einnahmequelle von Medien« sein werden. »Wir versuchen, Online und Print miteinander in Einklang zu bringen. Das Geld muss aus dem Verkauf der Print-Zeitung kommen.« Bernd Buchholz sprach von aktuellen Einbrüchen auf den Anzeigenmärkten von 30 bis 50 Prozent. Eine Finanzierung durch Gebühren oder Stifter lehnte der Gruner und Jahr-Chef ab, da dies die Medien »an den Tropf« bringe. Was ist, wenn der erste Stifter Silvio Berlusconi heißt?»

Gängige PR-Rituale

Dass es auch dem »Kirchentag

des Journalismus« ganz gut tut, sich an Kettern zu reiben, zeigte die Diskussion um den PR-Skandal bei der Deutschen Bahn. Dort wunderte sich PR-Berater Klaus Kocks, ehemals Kommunikationsvorstand bei VW, über die überraschten Reaktionen. Es handle es sich um einen Prozess, der »gängige industrielle Praxis« sei.

Auch wenn Kocks später betonte, den Ist- und nicht den Soll-Zustand beschrieben zu haben: Die Provokation saß. Sowohl bei den Journalisten als auch beim Präsidenten des Pressesprecher-Verbandes Lars Großkurth. Der sprach bei der Bahn von einem Einzelfall. Spiegel-Redakteur Markus Grill betonte, die Absender einer Botschaft müssten auch laut Kodizes der PR-Branche stets erkennbar sein. Es sei nicht allein den Journalisten anzulasten, wenn PR-Beiträge in die Medien gerieten. »Trauen Sie niemandem«, empfahl Gerd Antes, Direktor des Deutschen Cochrane Zentrums mit Blick auf halbseidene Studien, die selbst von angesehenen Instituten verbreitet würden. Von der Einrichtung einer Expertendatenbank für Journalisten rieten die Diskutanten ab: Dafür sei das Wissenschaftssystem zu sehr im Fluss, meinte Finanztest-Chefredakteur Hermann-Josef Tenhagen. Niemand hätte vor zwei Jahren gedacht, dass der linke Sozialdemokrat Rürup als Chefökonom bei AWD anheuern würde.« Journalisten müssten im Einzelfall prüfen, wo der jeweilige Experte stehe – und dies dem Leser sichtbar machen.

Anlässlich des aktuellen Themas »Wirtschaftsjournalismus« warnte Börsenmakler Dirk Müller (»Mr. Dax«) vor immer

raffinierten Lobbystrategien. Außerdem plädierte er dafür, dass sich die Redaktionen mehr trauen müssten: So sei auch unter Journalisten lange bekannt gewesen, dass es bei der Commerzbank Probleme gebe: »Aber keiner wollte der erste sein.«

Der ehemalige Chefredakteur der Manager-Magazins, Wolfgang Kaden, betonte die Gefahr »teurer Schadensersatzprozesse«. Es sei »absolut unzulässig«, nur auf Gerüchtbasis über eine Großbank Dinge zu verbreiten, die man nicht belegen könne. Ulrich Schäfer, Wirtschaftschef der Süddeutschen Zeitung, sprach von einer »Flut von Anwälten«, die in den vergangenen Jahren noch größer geworden sei. »Im Politik-Bereich kann man jedes Gerücht verbreiten. Wirtschaftsjournalisten müssen mit der Rechtsabteilung in permanentem Kontakt stehen.«

Buße tun

Die »Verschlossene Auster« ging in diesem Jahr an die Banken. Stellvertretend für 220 Mitglieder nahm der geschäftsführende Vorstand des Bankenverbandes, Manfred Weber, den Negativpreis für den »Informationsblockierer des Jahres« entgegen. Buße tun, nennt man das wohl auf dem Kirchentag.

Günter Bartsch ist freier Journalist in Berlin und Mitglied im Netzwerk Recherche e.V.

nr-message, Juli 2009

Zielsetzung

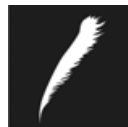
Zielsetzungen für das „netzwerk recherche“

1. Das „netzwerk recherche“ verfolgt das Ziel, die journalistische Recherche in der Medien-Praxis zu stärken, auf ihre Bedeutung aufmerksam zu machen und die intensive Recherche vor allem in der journalistischen Ausbildung zu fördern.
2. Zu diesem Zweck entwickelt das „netzwerk recherche“ Ausbildungskonzepte für die Recherche-Ausbildung, vermittelt Referenten und berät Institutionen der journalistischen Aus- und Weiterbildung in der Gestaltung und Umsetzung entsprechender Ausbildungskonzepte. Das „netzwerk recherche“ veranstaltet zudem eigene Recherche-Seminare sowie Modellseminare zu verschiedenen Themen.
3. Das „netzwerk recherche“ bietet ein Recherche-Mentoring für jüngere Kolleginnen und Kollegen an, um in einem intensiven Beratungs- und Austauschprozeß über jeweils ein Jahr einen entsprechenden Wissens-Transfer von erfahrenen Rechercheuren zu interessierten Kolleginnen und Kollegen zu organisieren.
4. Das „netzwerk recherche“ fördert den umfassenden Informationsaustausch zum Thema „Recherche“ und bietet seinen Mitgliedern entsprechende Foren an. Im Internet wird durch entsprechende newsletter die Kommunikation untereinander gefördert. Der Austausch über Projekte, konkrete Recherche-Erfahrungen etc., aber auch der Hinweis auf Weiterbildung und entsprechende Serviceangebote soll hier möglich sein.
5. Das „netzwerk recherche“ beteiligt sich am internationalen Austausch entsprechender Journalisten – Organisationen in Europa und in Übersee.
6. Das „netzwerk recherche“ vergibt einmal im Jahr einen Preis für eine aussergewöhnliche Recherche-Leistung, die Themen und Konflikte beleuchtet, die in der Öffentlichkeit bislang nicht oder nicht ausreichend wahrgenommen wurde: Der Leuchtturm – Preis für besondere publizistische Leistungen.
7. Die Mitglieder des Netzwerkes setzen sich dafür ein, dass die Möglichkeiten der Recherche nicht eingeschränkt werden. Das „netzwerk recherche“ äußert sich öffentlich zu Fragen der Recherche und der Bezüge zur journalistischen Qualität, wenn Begrenzungen oder Einschränkungen der Pressefreiheit festgestellt werden.
8. Das „netzwerk recherche“ arbeitet mit anderen Journalisten Organisationen und Gewerkschaften zusammen, die im Grundsatz ähnliche Ziele verfolgen und ebenfalls dazu beitragen, den Aspekt der Recherche im Journalismus stärken um so die Qualität der Medien insgesamt zu verbessern.
9. Das „netzwerk recherche“ trifft sich einmal im Jahr zu einem Jahres-kongress und erörtert jeweils aktuelle Tendenzen im Umfeld des „Recherche-Journalismus“ und setzt sich hier mit zentralen Themen im Zusammenhang mit der journalistischen Recherche und konkreten Fallbeispielen auseinander. Jedes Jahr wird ein „Infoblocker“ aus Politik oder Wirtschaft mit der „Verschlossenen Auster“ ausgezeichnet. Regionale Untergliederungen ermöglichen den Austausch in bestimmten Regionen.
10. Das „netzwerk recherche“ ist politisch unabhängig und verfolgt ausschließlich gemeinnützige Zwecke. Der Zusammenschluß der Journalisten hat den Status der Gemeinnützigkeit erhalten. Die laufende Arbeit und die Projekte des „netzwerkes“ werden durch Spenden und Mitgliedsbeiträge (mindestens 60 Euro im Jahr) finanziert.



netzwerk
recherche

Wir danken für die Unterstützung bei der Durchführung der nr-Jahreskonferenz 2009:



RUDOLF
AUGSTEIN
STIFTUNG





„Zwischen Morgen und Grauen“

Dokumentation zur Jahrestagung netzwerk recherche e. V.

Herausgeber netzwerk recherche e. V.
Geschäftsstelle: Stubbenhuk 10, 5. OG; 20459 Hamburg
info@netzwerkrecherche.de
www.netzwerkrecherche.de

Konzeption Dr. Thomas Leif (verantw.)

Redaktion Thomas Schnedler, Jochen Markett

Gestaltungskonzept & Artwork N. Faber de.sign, Wiesbaden

Fotografie Ron Zielinski, 23867 Suelfeld; www.ron-zielinski.de

Druck ColorDruck, Leimen

© Wiesbaden 7/2009

Spendenkonto: Sparkasse Köln, Konto-Nr. 69863, BLZ 370 502 99
netzwerk recherche e. V. ist vom Finanzamt Wiesbaden als gemeinnützig anerkannt.