

MEDIEN IN DEUTSCHLAND



JOURNALISMUS IN DER DEMOKRATIE

FAKTEN | THESEN
KONTROVERSE



Eine Dokumentation der
Deutschen Journalistenschule

Vertrauen Sie Journalisten?

44 %

der Deutschen vertrauen den etablierten
Medien in wichtigen Fragen.

34 %

der Deutschen vertrauen den Medien teilweise.

22 %

der Deutschen misstrauen den Medien
grundsätzlich.

Wir wollen mit allen
über Journalismus
in der Demokratie diskutieren!

Liebe Leserin, lieber Leser,

die wichtigste Währung für Journalistinnen und Journalisten ist Vertrauen, und das müssen sie sich jeden Tag aufs Neue verdienen: durch gute und seriöse Arbeit, aber auch indem sie erklären, wie sie arbeiten und was Journalismus für die Demokratie bedeutet.

Dieser Aufgabe stellt sich auch die Deutsche Journalistenschule (DJS) in München, die 1949 gegründet wurde, um nach der Nazi-Herrschaft den Nachwuchs für ein freies Mediensystem auszubilden. Absolventen der DJS sind für die unterschiedlichsten Zeitungen, Magazine, TV-Sender, Rundfunkanstalten, Onlineportale und Pressestellen tätig. Im Rahmen des Projektes #journalistenschule diskutieren sie jedes Jahr mit Jugendlichen überall in Deutschland darüber, was guten Journalismus von Fake News unterscheidet.

Daran knüpft diese Dokumentation an. Sie sammelt Antworten auf häufig gestellte Fragen zu Aufgaben und Arbeitsweise von Journalisten, von der Nachrichtenauswahl bis zur Namensnennung. Sachlich und fakten-treu, dabei aber auch kritisch und unterhaltend zeigt sie auf, wie die Pressefreiheit aus Artikel 5 des Grundgesetzes mit Leben gefüllt wird. Die Dokumentation wurde durch eine Finanzierung des Bundespresseamtes



DIE WICHTIGSTE WÄHRUNG FÜR JOURNALISTINNEN UND JOURNALISTEN IST VERTRAUEN.

ermöglicht. Ziel ist, die Inhalte einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen. An Recherche oder Redaktion war das Amt nicht beteiligt.

Weil guter Journalismus ohne Freiheit nicht möglich ist, rückt die Dokumentation Artikel 5 auch symbolisch ins Zentrum: mit fünf Thesen, die Grundsätze der journalistischen Arbeit erklären und immer wiederkehrende Vorwürfe aufgreifen. Interessierte Bürger finden auf den folgenden Seiten viele Fakten, aber auch die persönliche Sicht von DJS-Absolventen auf ihren Beruf. Diese Transparenz soll dazu beitragen, Vertrauen zu stärken, um eine fruchtbare Diskussion über die Frage zu ermöglichen: Wofür brauchen wir Journalisten?

6



Gute Journalisten werten.

Weil nicht jede Nachricht gleich wichtig ist.

Wer **Nachrichten** liest, hört oder sieht, ist gut informiert über das wichtigste Geschehen auf der Welt oder in seinem Heimatort. Das ist jedenfalls der Anspruch und die Aufgabe der Medien. Damit dies gelingt, müssen Journalistinnen und Journalisten auswählen – weil eben nicht jede Information eine Nachricht wert ist. Doch nach welchen Kriterien erfolgt diese Auswahl? Steuern vielleicht Regierungen die Berichterstattung?



12

Gute Journalisten prüfen.

Weil Fake News keine Alternative sind.

Für jede seriöse Redaktion gilt: Faktencheck statt Fake News. Denn veröffentlicht werden darf nur, was Journalistinnen und Journalisten vorher geprüft und recherchiert haben. Investigativreporter sind bei ihren **Recherchen** oft wochenlang Missständen und Skandalen auf der Spur. Doch wie prüfen Journalisten den Wahrheitsgehalt von Informationen? Wie laufen investigative Recherchen ab?

18



Ein Beruf - zwölf Meinungen

Warum wird Qualitätsjournalismus gebraucht? Zwölf unterschiedliche und persönliche Antworten von Absolventinnen und Absolventen der Deutschen Journalistenschule.



22

Gute Journalisten nerven.

Genau die Richtigen.

Journalistinnen und Journalisten müssen Nervensägen sein, um die Mächtigen zu kontrollieren. Sie wahren Distanz zur Politik und hören allen Seiten zu, weil sie keiner angehören. Denn **Unabhängigkeit** sichert Qualitätsjournalismus. Doch wie unabhängig sind Journalisten? Wie begegnen sie Feinden der Demokratie?

32



Gute Journalisten lassen sich bezahlen.

Um Menschen zu informieren.

Die **Digitalisierung** hat die klassischen Medien in eine Krise gestürzt. Im Netz finden sich Millionen von wahren und vermeintlich wahren Informationen, ein Großteil davon kostet nichts. Der Journalismus steht vor einer enormen Herausforderung: Wie lässt sich unter diesen Bedingungen Geld verdienen? Muss für Journalismus im Online-Zeitalter überhaupt noch bezahlt werden?

26



Gute Journalisten schweigen.

Im richtigen Moment.

Gute Journalistinnen und Journalisten nennen ihre Quellen, weil **Transparenz** Vertrauen schafft. Doch sie schweigen, wenn nur Gerüchte kursieren oder Persönlichkeitsrechte verletzt würden. Keine Alternative ist Schweigen allerdings, wenn Journalisten selbst Fehler begehen. Wie transparent berichten die Medien? Wie ausgeprägt ist ihre eigene Fehlerkultur?

38

Pressefreiheit und Medienvielfalt. Fakten und Zahlen



Wie steht es um die Meinungs- und Pressefreiheit in Deutschland? Wie können Journalistinnen und Journalisten in anderen Ländern arbeiten? Wie vielfältig ist die Medienlandschaft in Deutschland?



Gute Journalisten werten.

Weil nicht jede Nachricht gleich wichtig ist.

Haben Sie sich schon mal darüber gewundert, dass ein Thema in den Fernsehnachrichten oder Ihrer Lokalzeitung gar nicht auftauchte und ein anderes dafür umso ausführlicher behandelt wurde? Womöglich haben Sie sich über diese Auswahl geärgert. Vermuten Sie vielleicht sogar, dass Politikerinnen und Politiker die Berichterstattung direkt steuern können? Wir erklären, wie Journalistinnen und Journalisten Informationen bekommen, wie sie daraus die wichtigsten **Nachrichten** auswählen und warum sie sich dabei nicht vom Staat diktieren lassen, was sie berichten.

Was Journalisten für wichtig halten

An manchen Tagen ist allen Redaktionen sofort klar, welches die wichtigste Nachricht ist. Wann dies der Fall ist und wie schwierig die Auswahl sein kann, verdeutlichen diese drei ganz unterschiedlichen Nachrichtentage:

Dienstag, 11. September 2001:

In Frankfurt am Main öffnet die Internationale Automobil-Ausstellung (IAA) für die Presse – gewöhnlich berichten die Medien ausführlich über die News der Branche. Doch am Nachmittag kommen Nachrichten aus New York, nach denen sich niemand mehr für die IAA interessiert: Flugzeuge rasen

in das World Trade Center. Die Anschläge vom 11. September bewegen weltweit die Menschen – und sie informieren sich darüber vor allem in den Medien.

Was neu und relevant ist und Menschen bewegt, ist eine wichtige Nachricht.

Sonntag, 13. Juli 2014:

Für Fußballfans gibt es keinen Zweifel an der wichtigsten Nachricht dieses Tages: Deutschland wird in Brasilien mit einem 1:0-Sieg über Argentinien zum vierten Mal Weltmeister. Aber auch wer sich für dieses Finale gar nicht interessiert, dürfte kaum überrascht sein, dass für die meisten Redaktionen in Deutschland – die ganz sicher nicht nur aus Fußballfans bestehen – dieser WM-Sieg eine Top-News ist.

Persönliches Interesse entscheidet nicht darüber, ob eine Nachricht wichtig ist.

Samstag, 3. Dezember 2016

In Freiburg wurde ein später wegen Mordes verurteilter Flüchtling als Verdächtiger im Fall einer getöteten Studentin festgenommen. Ein regionaler Kriminalfall oder eine bundesweit wichtige Nachricht? Darüber wird in den Redaktionen kontrovers diskutiert. Dass zum Beispiel die *20.00-Uhr-Tageschau* an diesem Samstag nicht berichtet, wird vielfach kritisiert.

Nachrichtenauswahl ist angreifbar, weil die Bedeutung von Ereignissen

unterschiedlich eingeschätzt wird. Bewusstes Verschweigen ist das aber nicht.

Wie Journalisten ihre Informationen bekommen

Im Idealfall sind Journalisten vor Ort, sie sind gewissermaßen die Augenzeugen für ihre Leser, Hörer und Zuschauer. Sie sitzen also zum Beispiel im Maracanã-Stadion in Rio de Janeiro, wenn Deutschland das WM-Finale gegen Argentinien gewinnt. Sie sind in New York und berichten vom Grauen der Terroranschläge am 11. September. Doch nicht nur bei solchen Weltereignissen sind Journalisten dabei. Sie sitzen im Gemeinderat oder im Bundestag, in Gerichts- oder Konzertsälen, berichten von Aktionärsversammlungen oder Parteitag, von Pressekonferenzen oder „Fridays for Future“-Demonstrationen.

SERIÖSER JOURNALISMUS SORGT DAFÜR, DASS ALLE VERÖFFENTLICHEN NACHRICHTEN SORGFÄLTIG GEPRÜFT SIND.

Viele Informationen bekommen Journalisten aber auch am Schreibtisch. Wenn wie im Fall der getöteten Studentin in Freiburg ein Verdächtiger festgenommen wird, teilt die

**POLITIKER
KÖNNEN NICHT
PER ANRUF
DIE BERICHT-
ERSTATTUNG
STEUERN.**

Polizei das meist zuerst in einer schriftlichen Pressemitteilung mit. Solche und zehntausende weitere Mitteilungen landen jeden Tag in den E-Mail-Postfächern der Redaktionen – verschickt von Regierungen und Parteien, Unternehmen und Gewerkschaften, Vereinen und Verbänden, Polizeidienststellen und Gerichten. Die sozialen Medien sind ebenfalls längst Quellen für Journalisten, weil Prominente, Politiker und auch Behörden Neuigkeiten twittern und posten. Aber auch die von jedem Einzelnen verbreitete Info kann Anstoß für eine Berichterstattung sein.

Doch gerade, wenn Informationen als Mail, *YouTube*-Video oder Tweet vorliegen und kein Reporter vor Ort ist, heißt es für Journalisten zunächst: prüfen, ob es sich nicht um Fake News handelt. Seriöser Journalismus sorgt dafür, dass alle veröffentlichten Nachrichten sorgfältig geprüft sind (mehr zur Recherche und zur Sorgfaltspflicht von Journalisten ab S. 12).

Eine besondere Rolle im Informationsfluss kommt den Nachrichtenagenturen zu. Deren Artikel können die Leser nicht direkt kaufen: Denn

die Kunden der Agenturen sind die Medien, also das *Mindener Tageblatt* genauso wie die *Süddeutsche Zeitung*, der *Spiegel* oder *ARD* und *ZDF*. In deren Redaktionssystemen laufen jeden Tag im Minutentakt Agenturmeldungen aus aller Welt ein, die oft schon kurz danach veröffentlicht werden.

Die Agenturen stellen mit einem großen Netzwerk an Korrespondenten sicher, dass auch die Leser der kleinsten Regionalzeitung das Neueste aus aller Welt erfahren. Sie sichern eine Grundversorgung mit Nachrichten.

Die großen Weltagenturen sind *Agence France-Presse* (AFP), *Associated Press* (AP), und *Reuters* (rtr). Die national führende Nachrichtenagentur ist die *Deutsche Presse-Agentur* (dpa). In Zei-



JOURNALISTEN MÜSSEN AUSWÄHLEN UND PRIORITÄTEN SETZEN.

tungen und auch auf Onlineportalen sind Artikel von Agenturen meist mit deren Kürzeln gekennzeichnet.

Wie Journalisten auswählen

Journalisten müssen auswählen und Prioritäten setzen. Das liegt allein schon daran, dass in 15 Minuten Sendezeit oder auch auf 40 Zeitungsseiten nur ein Bruchteil der Themen Platz findet. Auf eine Einmischung von Politikern reagieren Journalisten dabei allergisch. Denn in der Demokratie sollen die Mächtigen keinesfalls per Anruf in den Redaktionen bestimmen, was und wie die Medien berichten.

Wie sollte das auch funktionieren? In Deutschland erscheinen mehr als 300 Tageszeitungen, es berichten *ARD* und *ZDF*, *RTL* und *Arte*, *Spiegel* und die Nachrichten-App *Upday*. Niemand kann in einer so vielfältigen Medienlandschaft steuern, wie berichtet wird. Es ist nicht mal vorherzusehen. Ein Beispiel: Im August 2015 sagte



Bundeskanzlerin Angela Merkel auf einer Pressekonferenz ihren berühmt gewordenen Satz über die Flüchtlingspolitik: „Wir schaffen das.“ Wer Jahre später im Netz danach sucht, findet Videos der damaligen Pressekonferenz, aber auch schnell hunderte, ganz unterschiedliche Artikel und Kommentare. Wie über Merkels Einschätzung damals und heute berichtet wurde und wird, hatte die Kanzlerin ab dem Moment nicht mehr in der Hand, als sie den Satz vor laufenden Kameras sagte.

Dazu kommt: Journalismus ist Teamarbeit. Wer zum Beispiel auf einer Pressekonferenz sitzt, schickt seinen Text in die Redaktion, wo ihn mindestens noch ein Redakteur liest. Dieses Vier-Augen-Prinzip gilt bei allen seriösen Medien. Wie die gedruckte



**WAS EIN JOURNALIST VON TRUMP UND SEINER
POLITIK ODER AUCH VON DER ZINSPOLITIK
DER EUROPÄISCHEN ZENTRALBANK ODER
DEM SPIELERTRANSFER DES FC BAYERN MÜNCHEN
HÄLT, GEHÖRT IN EINEN KOMMENTAR
UND NICHT IN EINE NACHRICHT.**

Zeitung am nächsten Tag oder die Nachrichtensendung am Abend aussehen sollen, darüber wird zudem in Redaktionskonferenzen intensiv beraten und auch gestritten. Was ist das Top-Thema? Wie wird darüber berichtet? Welche Themen sollen sonst noch ins Blatt oder in die Sendung? Auch das macht es für Politiker unmöglich, die Berichterstattung direkt zu beeinflussen.

Vielmehr ist es so, dass schon der Eindruck der Einflussnahme ein schlechtes Licht auf einen Politiker wirft. Das erfuhr beispielsweise der damalige

Bundespräsident Christian Wulff, nachdem er im Dezember 2011 auf der Mailbox von *Bild*-Chefredakteur Kai Diekmann wegen der Recherchen des Blatts eine drohend klingende Nachricht hinterlassen hatte. Der Anruf wurde öffentlich – und schadete dem Bundespräsidenten massiv.

Die Wulff-Affäre gilt heute aber auch als Beispiel für den Hang mancher Medien, aus jedem Vorwurf und dem kleinsten Fehltritt einen Skandal zu machen. *Zeit*-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo mahnte auch mit Blick auf die Berichterstattung in diesem Fall:

**FUNDAMENT
DES JOURNALISMUS
BLEIBEN DIE
NACHRICHTEN, WEIL
SICH DIE MENSCHEN
EINE EIGENE MEINUNG
BILDEN SOLLEN.**

„Die ständige Skandalisierung auch aus nichtigem Anlass entpolitisiert auf Dauer Gesellschaften.“ Sie verwische zunehmend den „Unterschied zwischen Wichtigem und Unwichtigem“.

Wulff trat im Februar 2012 zurück, nachdem die Staatsanwaltschaft die Aufhebung seiner Immunität beantragt hatte. Begonnen hatte die Affäre mit Berichten über einen Privatkredit bei seinem Hauskauf, schnell kamen immer weitere Vorwürfe gegen den früheren niedersächsischen Ministerpräsidenten hinzu – bis hin zu absurden Kleinigkeiten wie der Frage, wer das Bobby-Car seines Sohnes bezahlt hatte. Am Ende blieb in einem Gerichtsverfahren lediglich der Vorwurf der Vorteilsnahme, weil ein Filmproduzent Hotel- und Bewirtungskosten für Wulff bezahlt haben sollte. Im Februar 2014 sprach das Landgericht Hannover den früheren Bundespräsidenten auch davon frei. Das Vorgehen der Medien kritisierte Wulff später als „Jagdfieber“, doch seinen Anruf beim früheren *Bild*-Chef Diekmann wertete auch er selbst als Fehler.

Warum Journalisten Nachrichten und Kommentare trennen müssen

Gibt es über Donald Trump nicht auch Positives zu berichten? Manchmal fragen das auch Menschen, die nicht viel vom US-Präsidenten halten – dabei dürfte sich diese Frage so gar nicht stellen: Nachrichten sollen in erster Linie informieren. Journalisten müssen dafür auswählen und einordnen, aber ihre eigene Meinung hat in Nachrichten in der Regel nichts zu suchen.

Im Grundsatz gilt: Was ein Journalist von Trump und seiner Politik oder auch von der Zinspolitik der Europäischen Zentralbank oder dem Spielertransfer des FC Bayern München hält, gehört in einen Kommentar und nicht in eine Nachricht.

In seriösen Medien wird deshalb getrennt zwischen Meinungsbeiträgen und der Berichterstattung über das, was in der deutschen Kleinstadt oder in Washington geschieht. Das heißt nicht, dass es nur schwarz und weiß gibt, Medien also nur sachlich-neutrale Nachrichtentexte oder meinungsstarke Kommentare veröffentlichen. Journalisten schreiben oder drehen auch Reportagen und Portraits, unterhalten ihr Publikum mit Glossen und Kolumnen. Sie verfassen Filmkritiken und Wirtschaftsanalysen, produzieren Multimedia-Stories und führen Interviews. Doch Fundament des Journalismus bleiben die Nachrichten, weil sich die Menschen eine eigene Meinung bilden sollen.



Gute Journalisten prüfen.

Weil Fake News keine Alternative sind.

Ob Sie Ihre Lokalzeitung aufschlagen oder die Nachrichtensendung einschalten, auf eines müssen Sie sich verlassen können: Was Sie lesen oder hören, stimmt. Deshalb recherchieren gute Journalistinnen und Journalisten sorgfältig, bevor sie etwas veröffentlichen. Recherche ist die Lebensversicherung für Qualitätsjournalismus, weil nur damit wahrheitsgetreue Berichterstattung möglich ist. Erfahren Sie, warum seriöse Medien keine Fake News verbreiten, wie Investigativreporter die Mächtigen kontrollieren und warum **Recherche** Zeit braucht.

Warum Recherche mehr als Internet-Suche ist

Nur zu googlen, ist noch keine Recherche. Das Internet hat es zwar auch für Journalisten erleichtert, an Informationen zu gelangen. Ob ein Gesetzestext, ein Parteiprogramm oder eine Geschäftsbilanz, im Netz findet sich vieles schneller als zu Zeiten, in denen alles nur auf Papier vorlag. Doch die Menge an tatsächlichen und

vermeintlichen Informationen kann einen auch erschlagen: Beim Stichwort „Trump“ zum Beispiel spuckt die Suchmaschine in weniger als einer Sekunde mehr als eine Milliarde Ergebnisse aus. Und was davon ist nun relevant und korrekt? Genau da beginnt Recherche.

Das französische „rechercher“ bedeutet übersetzt „suchen“. Doch mit Suche allein ist es nicht getan, Recherche

„Recherche ist unverzichtbares Instrument journalistischer Sorgfalt“, heißt es in Ziffer 2 des Pressekodex des Deutschen Presserats. In dem Kodex hat der 1956 als Selbstkontrollinstanz der Printmedien gegründete Presserat Richtlinien für die journalistische Arbeit festgeschrieben. Dessen 16 Ziffern beinhalten ethische Standards wie die Achtung der Menschenwürde, die Unschuldsvermutung oder eben die Sorgfaltspflicht. Dieser Pflicht können Journalisten nur nachkommen, indem sie recherchieren.

bedeutet für Journalisten vor allem: Überprüfung. Stimmt diese Information? Ist diese Quelle vertrauenswürdig? Ein solcher Faktencheck ist keine Kür, sondern Alltag. Jeden Tag in jeder seriösen Redaktion in Deutschland.

Wieso sorgfältige Recherche Zeit braucht

Oft bleibt im Alltag nicht viel Zeit, um sorgfältig zu prüfen. Doch diese Zeit müssen sich Journalisten nehmen, gerade weil Gerüchte meist schneller als die Wahrheit sind. Bei Katastrophen, Anschlägen oder Amokläufen kursieren oft schon hunderte Gerüchte und Spekulationen, während nur wenige gesicherte Informationen vorliegen. So wie am 22. Juli 2016, als in Mün-

chen stundenlang Panik herrschte. Kurz vor 18.00 Uhr fielen Schüsse am Olympia-Einkaufszentrum (OEZ), erst um 1.26 Uhr gab die Polizei über Twitter „vorsichtige Entwarnung“. Erst da wurde langsam klar, dass das Attentat eines 18-jährigen Einzeltäters die bayerische Landeshauptstadt erschüttert hatte. Er erschoss neun Menschen und anschließend sich selbst. Nach weiteren Ermittlungen stufte das Landeskriminalamt die Tat im Oktober 2019 als politisch motiviert ein. Die „rechtsradikale und rassistische Gesinnung“ des Täters dürfe nicht vernachlässigt werden.

Die *Süddeutsche Zeitung* zählte kurz nach der Tat in einer „Timeline der Panik“ 67 Tatorte während der Abend- und Nachtstunden – und damit 66 Mal falschen Alarm. Knapp 3000 Tweets

**„INFORMATION
IST SCHNELL,
WAHRHEIT
BRAUCHT ZEIT.“**

Peter Glaser

tauchten in der Nacht mit dem Begriff „Amok“ auf, fast 60.000 mit der Bezeichnung „Terror“.

Wie gehen Medien in solchen Situationen vor? Die einzige Möglichkeit: Informationen prüfen, nachfragen, auf seriöse und verlässliche Quellen bauen. Um herauszufinden, ob an einer im Netz kursierenden Information etwas dran ist, reicht es allerdings nicht, weiter im Internet zu surfen. Journalisten müssen dann möglichst selbst vor Ort sein oder viel telefonieren, um der Wahrheit näher zu kommen. Denn eines muss Tabu sein: Ungeprüfte Gerüchte verbreiten.

Die *Süddeutsche Zeitung* formulierte sieben Regeln #gegendiepanik und für mehr Social-Media-Gelassenheit, darin heißt es unter anderem:

„Bevor ich etwas veröffentliche oder an meine Freunde schicke, atme ich dreimal tief durch – und suche mindestens zwei verlässliche Quellen für die Informationen.“

„Ich verbreite keine Gerüchte! Ich halte mich nur an bestätigte Informationen und versuche mich von Spekulationen fernzuhalten.“

Die Regeln könnten auch für Journalisten gelten – doch halten sie sich immer selbst daran? Sie sollten es, manchmal lassen aber auch sie sich von der „großen Gereiztheit“ anstecken, wie der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen die Stimmung in der vernetzten Gesellschaft beschreibt. Er urteilt über die Berichterstattung bei Attentaten und Terroranschlägen ernüchtert: „Hier zeigen sich in brutaler Regelmäßigkeit folgende Muster: Sofort-Berichte, Sofort-Reaktionen, Falschmeldungen in Serie, allgemeine Desorientierung, pauschale Verdächtigungen; dies alles in den sozialen Netzwerken, aber durchaus auch in den etablierten Medien und den klassischen Redaktionen, die im Wettlauf um Geschwindigkeitspokale unbedingt mitmischen wollen.“

Ratsam wäre es deshalb auch für Journalisten, sich besonders in solchen hektischen und unübersichtlichen Momenten an einen Satz des Netzphilosophen Peter Glaser zu erinnern: „Information ist schnell, Wahrheit braucht Zeit.“

Warum gute Journalisten keine Fake News verbreiten

Ja, Journalisten machen Fehler. Sie schreiben Namen falsch, machen aus Milliarden versehentlich Millionen und irren sich bei Jahreszahlen. Jeden Tag passieren solche Fehler – genauso wie der Maurer mal eine Fuge nicht sauber verputzt. Manchmal gibt es auch größere und peinlichere Pannen.



So wie zum Beispiel im Juni 2018, als in verschiedenen Medien plötzlich eine vermeintliche Top-Nachricht auftauchte: „Seehofer kündigt Bündnis mit CDU auf.“ Hätte der damalige CSU-Vorsitzende die Fraktionsgemeinschaft mit der CDU im Bundestag tatsächlich beendet, wäre dies eine historische Zäsur gewesen. Doch es war eine „Ente“, eine Falschmeldung. Dahinter steckte die Satirezeitschrift *Titanic*. Ein Redakteur hatte die Nachricht unter dem Twitter-Account „HR Tagesgeschehen“ verbreitet, hinter dem irrtümlich der *Hessische Rundfunk* vermutet wurde.

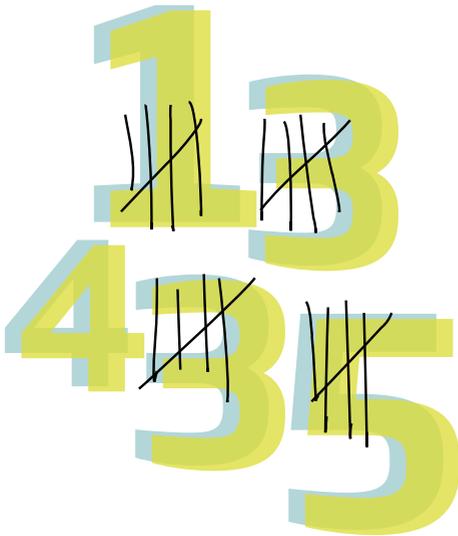
Es gab also eine Quelle, wie jede Nachricht sie braucht. Nur war es blöderweise eine Falle, was bei der – wahrscheinlich zu schnellen – Recherche nicht sofort auffiel. Allerdings wurden nur wenige Minuten nach den Falschmeldungen auch schon Korrekturen veröffentlicht. Genau deshalb handelte es sich zwar um einen ärger-

lichen Fehler – jedoch nicht um Fake News als bewusst verbreitete Falschmeldungen.

**FAKE NEWS IST
LÄNGST AUCH EIN
KAMPFBEGRIFF,
UM MEDIEN
ZU BESCHIMPFEN.**

Was Fake News bewirken können, erfuhr zum Beispiel leidvoll ein syrischer Flüchtling, der im September 2015 ein Selfie mit Bundeskanzlerin Merkel knipste. Ein Pressefoto, auf dem die Szene festgehalten ist, ging um die Welt. Schon bald wurde der junge Flüchtling immer wieder diffamiert, indem man ihn etwa mit Attentaten in Verbindung brachte. Nichts davon stimmte, aber die verleumderischen böswilligen Fake News – versehen mit seinem Bild – wanderten durchs Netz.

Fake News ist längst auch ein Kampfbegriff, um Medien zu beschimpfen. Besonders oft gebraucht ihn US-Präsident Trump, wenn er etwa gegen die Berichte der renommierten US-Zeitungen *New York Times* und *Washington Post* oder den Nachrichtensender *CNN* wettet.



Offen gegen etablierte Medien stellt sich auch immer wieder die AfD. So schloss die AfD Baden-Württemberg bereits 2016 die Presse von einem Landesparteitag aus. Ende 2019 starteten Bundestags- und Landtagsabgeordnete der Partei sogar ein „Aussteigerprogramm“ für „Mitarbeiter der Mainstream-Medien“. Aufgerufen wurde dabei auch, die „schlimmsten Lügen und Manipulationen der Halbtagsredaktionen“ zu dokumentieren. Der Vorsitzende des Deutschen Journalistenverbands, Frank Überall, erklärte zu dieser Kampagne: „Der

Versuch, Journalistinnen und Journalisten lächerlich zu machen, passt zum Kurs der Partei, kritische Berichterstattung zu beleidigen und zu diffamieren, wo es nur geht.“ Die „Missachtung von Journalisten und permanente Verstöße gegen die Pressefreiheit“ gehörten zur „DNA dieser Partei“.

Warum nur Recherche die Kontrolle der Mächtigen ermöglicht

Recherche ist Alltag für alle Journalisten, aber ganz besonders für Investigativreporter. Wochen- oder auch monatelange Arbeit steckt hinter den großen Enthüllungsgeschichten, die Sinnbild dafür sind, dass Journalisten die Mächtigen kontrollieren sollen.

Manchmal verändern die Recherchen von Journalisten sogar die Geschichte eines Landes: Zu den Meilensteinen in der Entwicklung der Pressefreiheit in Deutschland zählt zum Beispiel die „*Spiegel*-Affäre“. Nach einem Bericht über ein Nato-Manöver mit dem Titel „Bedingt abwehrbereit“ ließ die Bundesanwaltschaft im Oktober 1962 die Redaktionsräume des Nachrichtenmagazins durchsuchen. Redakteure wurden wegen des Verdachts auf Landesverrat festgenommen, auch Herausgeber Rudolf Augstein saß in Untersuchungshaft.

Eine zentrale Rolle spielte dabei der damalige Verteidigungsminister und CSU-Chef Franz-Josef Strauß, der schließlich im November 1962 im Zuge der Affäre als Minister zurück-

DER SCHUTZ VON INFORMANTEN ERMÖGLICHT ES ERST, SKANDALE AUFZUDECKEN.

trat. Das Vorgehen gegen das Nachrichtenmagazin nahmen nicht nur die Medien als Angriff auf die Pressefreiheit wahr. Auch die Öffentlichkeit protestierte. „Spiegel tot – die Freiheit tot“ war bei Demonstrationen auf Plakaten zu lesen.

Welche weitreichenden Folgen die Recherchen von Medien haben können, zeigte sich im Jahr 2019 auch bei der Ibiza-Affäre in Österreich.

Die *Süddeutsche Zeitung* und *Der Spiegel* berichteten im Mai über ein heimlich auf Ibiza gedrehtes Video, das zeigt, wie der damalige österreichische Vizekanzler und FPÖ-Chef Heinz-Christian Strache vor der Parlamentswahl 2017 einer vermeintlichen russischen Oligarchen-Nichte im Gegenzug für Wahlkampfhilfe Staatsaufträge in Aussicht stellte.

Aber wie waren *Süddeutsche Zeitung* und *Spiegel* an das Video gekommen? Die Aufnahmen wurden den Medien schlicht zugespielt, wie es bei vielen anderen großen Enthüllungsgeschichten auch passiert. Übergeben wurde das Material in diesem Fall den SZ-Reportern filmreif in einem verlassenen Hotel. *Süddeutsche Zeitung* und

Spiegel versichern, dass dafür kein Geld floss. Sie schweigen allerdings darüber, wer ihnen das Enthüllungsvideo gab. Völlig zu Recht, denn der Schutz von Informanten ermöglicht es schließlich erst, solche Skandale aufzudecken.

Wer würde sich einem Journalisten mit für ihn heiklen oder auch gefährlichen Informationen anvertrauen, wenn er seinen Namen am nächsten Tag in der Zeitung lesen müsste? Auch das Bundesverfassungsgericht hat immer wieder im Sinne der Pressefreiheit den Schutz von Informanten gestärkt (mehr zur Transparenz im Umgang mit Quellen ab S. 26).

Mit der Annahme der Bild- und Tonaufnahmen des gut sechsstündigen Gesprächs fing die Arbeit aber erst an. Es galt schließlich, den Wahrheitsgehalt akribisch zu prüfen.

So untersuchten Wissenschaftler, ob die Aufnahmen manipuliert waren. Die Journalisten mussten schließlich entscheiden, was die Öffentlichkeit von dem Video sehen sollte. Bloßes Hinterzimmer-Geschwätz oder rein private Meinungen wären kein akzeptabler Grund für Berichterstattung – es durfte nur um Aussagen gehen, an deren Veröffentlichung ein öffentliches Interesse bestand. Dass dies bei den ausgewählten Passagen der Fall war, zeigten die Folgen dieses Recherchecoups: Die rechtskonservative Regierungskoalition in Österreich zerbrach, Ende September 2019 kam es zu vorgezogenen Neuwahlen.

Ein Beruf - zwölf Meinungen

Werden Journalisten noch gebraucht? Und wenn ja, wofür? Es gibt viele Gründe, warum eine freie Presse für Demokratien unerlässlich ist, warum der Journalismus in einer unübersichtlichen Welt vielleicht wichtiger denn je ist. Ihre ganz persönlichen Antworten auf diese Fragen geben hier zwölf Absolventinnen und Absolventen der Deutschen Journalistenschule:

„Journalisten werden gebraucht, weil sie uns die Welt nahebringen und immer wieder auch Facetten der Wahrheit.“

Katja Gloger,
stern-Autorin

„Journalist*innen werden gebraucht, weil sie uns dabei helfen, Informationen zu sichten, zu prüfen und zu bewerten und diese dann so aufbereiten und erzählen, dass man mit dem Ergebnis auch etwas anfangen kann.“

Richard Gutjahr,
Journalist und Blogger

„Journalisten werden gebraucht, weil sie in Zeiten von Fake News ein wichtiges Korrektiv sind und dort für Klarheit sorgen, wo es immer unübersichtlicher wird.“

Oliver Sallet, USA-Korrespondent *Deutsche Welle*

„Journalisten werden gebraucht, weil ein Facebook-Post nicht ausreicht, um zu erklären, warum eine geschlagene Frau mit gebrochener Nase zurückkehrt zu ihrem Peiniger, warum auch E-Autos den Planeten nicht retten werden und warum Frieden zwischen Israelis und Palästinensern so schwer ist. Dafür braucht es Journalistinnen, die unermüdlich graben und nachforschen, die seriöse Quellen von Fake News unterscheiden und das so aufschreiben, dass Junge und Ältere, Frauen wie Männer Lust haben, bis zur letzten Zeile zu lesen.“

Ursula Ott, Chefredakteurin *Chrismon*

„Journalisten werden gebraucht ... Na ja, dringender brauchen die Leute faire Löhne, kluge Politikerinnen und das Recht, öffentlich zu funky Mucke zu tanzen. Bekommen sie das aber verwehrt, fragen Journalisten immer wieder nach: Warum? “

Dmitrij Kapitelman,
freier Journalist und Autor

„Journalisten werden gebraucht, weil sie sich alle Seiten anhören, statt sich nur einer anzuschließen.“

Cornelius Pollmer,
Dresden-Korrespondent
Süddeutsche Zeitung

„Journalisten werden gebraucht, weil eine Gesellschaft darauf angewiesen ist, auf eine gemeinsame Realität, eine gemeinsame Wahrnehmung der Welt, zurückzugreifen – damit wir auf dieser Grundlage politische Entscheidungen treffen können. An dem meisten, was auf dieser Welt passiert, können wir nicht unmittelbar teilnehmen. Das müssen wir uns erzählen lassen – durch eine Instanz, die versucht ihre Wiedergabe der Realität möglichst zu objektivieren und sich dabei auch kontrollieren lässt.“

Valerie Schönian,
Autorin *Zeit im Osten*
und Piper Verlag

„Journalisten
werden
gebraucht,
weil selbst ein
Fußballspiel
komplexer
als ein 1:0 ist.“

Filippo Cataldo,
Sportjournalist

„Journalisten werden
gebraucht, weil wir
heute mehr Infor-
mationen haben als
je zuvor und trotzdem
viele Fragen offen
bleiben. Journalisten
helfen den Bürgern,
diese Fragen zu
beantworten.“

Rico Grimm, Chefredakteur
Krautreporter

Journalisten werden gebraucht ... so wie Metzger, Ärztinnen, Ingenieure und Pflegerinnen gebraucht werden: als gut ausgebildete und sauber arbeitende Fachleute, die ihren Beruf lieben, ihr Handwerk verstehen, ihre professionellen Maßstäbe achten und ihr Können in den Dienst der Allgemeinheit stellen.“

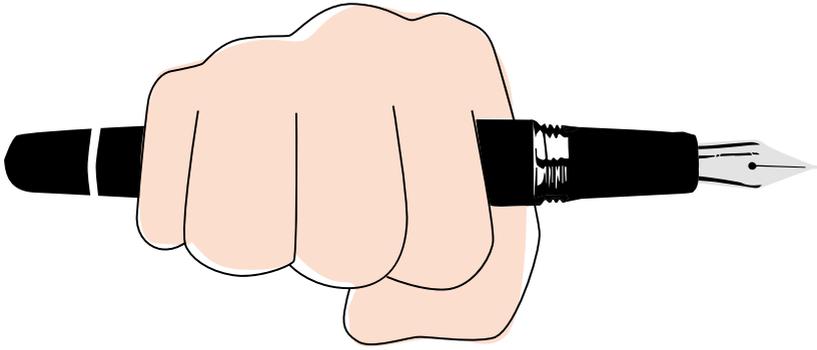
Michael Watzke,
Bayern-Korrespondent
Deutschlandradio

Journalisten werden
gebraucht, weil sie in der
Demokratie die Chance,
das Privileg und die Pflicht
haben, sich anstelle der
anderen BürgerInnen auf
die Suche nach der Wahr-
heit und manchmal auch
den Wahrheiten zu
machen.

Mareike Nieberding,
Süddeutsche Zeitung Magazin

„Journalisten werden gebraucht, weil sie ihren Job als Verteidigung der Demokratie begreifen, die in Zeiten des Rechtsrucks ins Wanken zu geraten scheint. Sie können Information von Lüge unterscheiden, und Meinung von Hetze. Das ist im Moment bitter nötig.“

Alice Hasters,
Journalistin und Autorin



Gute Journalisten nerven.

Genau die Richtigen.

Es ist gut möglich, dass Journalisten ausgerechnet Ihren Lieblingspolitiker im Interview hart angehen oder kritisch über Ihren Fußballclub berichten. Sie sollten sich darüber nicht ärgern, denn genau das gehört zu seriösem Journalismus. Gute Journalistinnen und Journalisten berichten fair, aber auch kritisch - über alle Politikerinnen und Politiker, jedes Unternehmen und jeden Fußballclub. Alles andere wäre Hofberichterstattung, aber kein unabhängiger Journalismus. Lesen Sie, was die Grundlagen dieser **Unabhängigkeit** sind, warum Journalisten auch vertrauliche Gespräche führen und welche Grenzen es für neutrale Berichterstattung geben kann.

Warum Journalisten frei und unabhängig berichten können

Nur wenige können sich für ihre Arbeit direkt auf die Verfassung berufen: Journalisten haben dieses Privileg, weil Artikel 5 des Grundgesetzes die Meinungs- und Pressefreiheit festschreibt. Der wahrscheinlich bekannteste und wichtigste Satz: „Eine Zensur findet nicht statt.“ Bezogen ist dies auf den Staat, der nicht eingreifen darf in die freie Presse. Die Pressefreiheit hat zwar Grenzen, durch Gesetze oder natürlich auch durch andere Grundrechte wie die Menschenwürde. Doch staatlich gelenkt werden die

Medien nicht – ein Wesensmerkmal jeder Demokratie. Jede Diktatur wird dagegen immer alles daran setzen, die Presse zu kontrollieren.

In der NS-Zeit gab es keine Pressefreiheit, stattdessen Zeitungen wie das NSDAP-Parteiorgan *Völkischer Beobachter*, das antisemitische Hetzblatt *Der Stürmer* oder einen Propaganda-Rundfunk. Nach Ende des Zweiten Weltkriegs gehörte die Entstehung einer freien Presse zu den zentralen Voraussetzungen für den Aufbau der Demokratie in der Bundesrepublik Deutschland. Mit Qualität muss diese Freiheit übrigens nicht zwingend

einhergehen, Heribert Prantl schrieb dazu treffend zum 70. Geburtstag des Grundgesetzes in der *Süddeutschen Zeitung*: „Meinungs- und Pressefreiheit unterscheiden nicht nach Qualität; das darf nicht sein, weil sonst derjenige, der über die Qualität urteilt, nach seinem Gusto den Schutz der Pressefreiheit gewähren und entziehen könnte.“

STAATLICH GELENKT **WERDEN DIE MEDIEN** **NICHT - EIN WESENS-** **MERKMAL JEDER** **DEMOKRATIE.**

Demokratien brauchen auch eine möglichst breite Medienlandschaft. Die Bürger müssen die Möglichkeit haben, sich in ganz unterschiedlichen Zeitungen, Fernseh- und Hörfunksendern oder Onlineportalen zu informieren. Ein vielfältiges und sehr unterschiedliches Angebot, in dem Platz ist für *Bild* und *FAZ*, *Spiegel* und *Focus*, *ARD* und *RTL* und neue Angebote wie *Deutschland3000* oder *jung & naiv*, kann gar nicht staatlich gesteuert werden.

Funktionieren die Geschäftsmodelle nicht mehr, hat das gesellschaftliche Folgen: Denn wenn Zeitungen sterben oder die Pressekonzentration durch Fusionen und Zentralredaktionen steigt, verringert sich die notwendige Medienvielfalt (mehr zu Geschäftsmodellen und Gefahren für die Medienvielfalt ab S. 32).

Warum der öffentlich-rechtliche Rundfunk kein Staatsfunk ist

Vielfalt sichern in Deutschland auch die Angebote von *ARD* und *ZDF*. Wer sie als Staatsfunk bezeichnet, irrt. Denn öffentlich-rechtlich heißt nicht staatlich. Im Gegenteil: Die 1950 nach britischem Vorbild gegründete *ARD* versteht sich selbst als „Gegenmodell zum zentralistischen NS-Staatsrundfunk“. 1963 ging das *ZDF* auf Sendung. Das *Deutschlandradio* berichtet seit 1994 bundesweit, zuvor sendete bereits seit 1962 aus Köln der *Deutschlandfunk*. Finanziert wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk vor allem durch den Rundfunkbeitrag, er wird von den Bürgern gezahlt und soll die Unabhängigkeit der Berichterstattung sicherstellen.

Das Bundesverfassungsgericht hat den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und sein Finanzierungssystem in den vergangenen Jahrzehnten stets verteidigt. Zuletzt erklärte es im Juli 2018 die Beitragspflicht für grundsätzlich verfassungsgemäß.

Im Streit um die Staatsferne der Öffentlich-Rechtlichen sorgt neben dem Rundfunkbeitrag die Struktur der Aufsichtsgremien immer wieder für Debatten. Diese Gremien bestehen aus Vertretern verschiedener gesellschaftlicher Gruppen, also aus Gewerkschaftlern, Arbeitgebervertretern, Wissenschaftlern, Verbandsvertretern oder auch Politikern. Dass die Staatsferne gewahrt sein muss, machte ebenfalls das Bundesverfassungsgericht



deutlich: Im Jahr 2014 entschieden die Karlsruher Richter, dass der Anteil staatlicher und staatsnaher Mitglieder im Fernseh- und Verwaltungsrat des ZDF auf ein Drittel zu begrenzen sei.

Warum Journalisten Nähe brauchen - und meiden müssen

Ja, man kennt sich: Journalisten treffen Politiker, Wirtschaftsbosse, Sportler oder Schauspieler, über die sie berichten, meist nicht nur einmal. Manchmal gibt es auch Hintergrundgespräche, die vertraulich bleiben sollen. „Unter drei“, heißt das vor allem in Politik- und Journalistenkreisen wohlvertraute Codewort. Das bedeutet: Was hier gesagt wird, bleibt unter uns.

Stecken die Berichterstatter also doch mit den Mächtigen unter einer Decke? Nein, weil gute Journalisten Nähe suchen und Distanz wahren können. Sie müssen nah dran sein, um kenntnisreich berichten zu können. Auch

vertrauliche Gespräche müssen deshalb möglich sein. Gute Journalisten fragen sich aber selbstkritisch, wieviel Nähe noch gut ist. Der 2019 verstorbene *Ex-stern*-Chefredakteur Michael Jürgs mahnte 2018 in einem viel beachteten Essay im *Handelsblatt* seine Kollegen: „Die Nähe zu Politikern meiden, weil die Mächtigen nur dann zu kontrollieren sind, wenn man sie im Blick behält, statt sich mit ihnen, vor allem in der Arena Berlin, bei gegebenen Anlässen vertraut blicken zu lassen.“

Sinnbild für unabhängigen Journalismus auch im Polittraumschiff Berlin ist die Bundespressekonferenz, ein bereits 1949 gegründeter Verein. Ihm gehören rund 900 Parlamentskorrespondenten an, die über die Bundespolitik berichten. Das Besondere: Die Journalisten laden zu Pressekonferenzen ein, Politiker und Persönlichkeiten aus anderen Bereichen sind nur zu Gast. Eine international einmalige Regelung, die einen unschätzbaren Vorteil hat: Kein Politiker kann Fragen verbieten oder den Kreis der Teilnehmer bestimmen, schließlich ist er nicht Gastgeber in diesen Pressekonferenzen.

Wenn Journalisten kritisch nachfragen, ist das übrigens auch kein persönlicher Angriff auf irgendjemanden. Unwirsch reagieren darauf dennoch vor allem Politiker immer wieder, übrigens jedweder Couleur. Wenn sich auch Leser oder Zuschauer über kritische Fragen ärgern, vergessen sie oft: Ein Journalist, der in

RECHTSEXTREMISTEN DÜRFEN KEINE BÜHNE DAFÜR BEKOMMEN, IHR GEDANKENGUT WIDERSPRUCHSLOS ZU VERBREITEN.

einem Interview eine Gegenposition einnimmt, offenbart damit nicht seine eigene Meinung, sondern erledigt schlicht seine Aufgabe.

Warum Neutralität auch Grenzen haben kann

„Es gibt keinen menschengemachten Klimawandel.“ Das kann jeder sagen, Minderheiten behaupten es entgegen aller wissenschaftlichen Belege auch. Und wie sollen Journalisten damit umgehen? Sie sollen ja möglichst neutral bleiben, alle Seiten zu Wort kommen lassen. Also auch jede Minderheitenmeinung und jede längst widerlegte Behauptung berücksichtigen? So einfach dürfen Journalisten es sich nicht machen – denn sie würden ein Zerrbild der Wirklichkeit schaffen, wenn sie den Eindruck erwecken würden, es sei umstritten, ob es einen menschengemachten Klimawandel gebe. Auch in der politischen Berichterstattung gibt es Grenzen der Neutralität. Denn natürlich verteidigen Journalisten auch Demokratie und Menschenwürde. Rechtsextremisten zum Beispiel dürfen keine Bühne dafür bekommen, ihr Gedankengut widerspruchslos zu verbreiten.

Schwieriger ist die Berichterstattung über Populisten. AfD-Politiker vor allem provozierten mit ihren Äußerungen in den vergangenen Jahren immer wieder – Journalisten müssen dann entscheiden: Betont sachlich berichten? Empörung teilen? Oder ignorieren?

Wie sollten sie zum Beispiel im Juni 2018 auf die Äußerung des Vorsitzenden der AfD-Bundestagsfraktion, Alexander Gauland, reagieren, „Hitler und die Nazis“ seien „nur ein Vogelschiss in über 1000 Jahren erfolgreicher deutscher Geschichte“?

Die Antwort in vielen Medien: Berichten und einordnen, empörte Reaktionen aufgreifen und in Kommentaren klar Stellung beziehen.

Dazu passt, was der Medienwissenschaftler Bernd Gäbler 2018 in einer Studie für die Otto-Brenner-Stiftung so skizzierte: „Es gilt das alte und bewährte journalistische Konzept: Erst darlegen, dann auslegen. Beides gehört zum Journalismus: die coole, distanzierte Beschreibung und der feurige, meinungsstarke Kommentar.“

Zum Journalismus gehöre das Prinzip, nicht „parteiisch oder einseitig zu werden“. Gleichzeitig gehöre es aber zum Journalismus, „sich um seine eigenen Existenzbedingungen zu sorgen, also Demokratie und Pressefreiheit aktiv zu verteidigen.“ Darum gebe es rote Linien. „Die Demokratie ist nur so stark wie sie von aktiven Demokraten getragen wird“, mahnte Gäbler.



Gute Journalisten schweigen.

Im richtigen Moment.

Sie müssen nicht blind alles glauben, was geschrieben und gesendet wird. Gute Journalistinnen und Journalisten erklären Ihnen, woher sie ihre Informationen haben. Denn **Transparenz** ist mehr denn je ein Zeichen für Qualitätsjournalismus. Trotzdem müssen Journalisten manchmal schweigen: Um Informanten zu schützen, Persönlichkeitsrechte nicht zu verletzen oder um keine Gerüchte zu verbreiten. Keinen Grund gibt es dafür, über eigene Fehler oder Lügengeschichten in den Medien zu schweigen. Erfahren Sie mehr darüber, wie Journalisten glaubwürdig berichten.

Warum Fake News keine Quellen haben

Journalisten wissen nicht alles. Sie müssen für ihre Texte recherchieren, mit Politikern, Wissenschaftlern oder Menschen auf der Straße sprechen – und sie sagen grundsätzlich, mit wem sie gesprochen und woher sie ihre Informationen haben. Die Standardfrage bei jeder Meldung muss deshalb sein: Was ist die Quelle dafür? Damit kann auch jeder Leser prüfen, ob es sich um glaubhafte Informationen, reine Spekulationen oder um Fake News handelt.

Drei ganz unterschiedliche Beispiele für die Bedeutung von Quellen:

Behauptet das fußballverrückte Schulkind, dass Lionel Messi und Cristiano Ronaldo bald in der Bundesliga spielen werden, wird es mit der simplen Frage nach der Quelle dafür schnell in die Realität zurückgeholt. Es gibt keine Meldung, in der die Fußballstars oder ihre Vereine dies erklären.

Tausende Menschen ziehen bei einer Demonstration durch die Stadt. Aber wie viele sind es genau? Kein Journalist kann sie allein zählen, also fragt

JOURNALISTEN
SAGEN
GRUNDSÄTZLICH,
MIT WEM SIE
GESPROCHEN UND
WOHER SIE IHRE
INFORMATIONEN
HABEN.

er nach: bei der Polizei und bei den Veranstaltern. Meist liegen die Zahlen der Veranstalter höher als diejenigen der Polizei, weshalb Journalisten beide Teilnehmerschätzungen mit den jeweiligen Quellen nennen.

Bei Anschlägen oder Amokläufen kursieren immer tausende Gerüchte und auch bewusste Falschmeldungen in den sozialen Medien. Meistens lassen sie sich schon daran erkennen, dass sie ohne seriöse und nachprüfbare Quellen auskommen. Weil in solchen Situationen auch für Journalisten anfangs Vieles unklar oder nicht nachprüfbar ist, müssen sie mit ihrem Nichtwissen transparent umgehen. Viele Berichte stehen in solchen Momenten unter der ehrlichen und letztlich einzig möglichen Überschrift: Was wir wissen – und was nicht.

Doch manchmal berichten Medien trotzdem zu schnell, lassen sich anstecken von der Hektik in solchen Momenten, geben dem Druck nach, weil ihr Publikum – vermeintlich – nach

Informationen verlangt. Doch gute Journalisten müssen sich Zeit nehmen, recherchieren und offen damit umgehen, dass sie nicht auf alles eine Antwort haben (mehr zur Recherche und zur Berichterstattung bei Katastrophen oder Anschlägen ab S. 12).

**Wieso Journalisten manchmal
schweigen**

Transparenz hat Grenzen. Denn müssten Journalisten immer alle Namen nennen, wären viele Skandale, Affären oder Mausechelen niemals durch Medien aufgedeckt worden. Ohne ihren wichtigsten Informanten, der unter dem Namen „Deep Throat“ in die Mediengeschichte einging, hätten zum Beispiel die *Washington Post*-Reporter Bob Woodward und Carl Bernstein nicht über die Watergate-Affäre berichten können, die zum Rücktritt des damaligen US-Präsidenten Richard Nixon führte. Erst 2005, mehr als 30 Jahre später, wurde bekannt, dass sich hinter dem Pseudonym ein FBI-Agent verbarg.

MANCHMAL SCHWEIGEN
JOURNALISTEN,
UM PERSÖNLICHKEITS-
RECHTE ZU SCHÜTZEN.

Auch heute können Journalisten ohne solche Whistleblower nicht auskommen. Investigative Recherchen wie etwa in der Ibiza-Affäre in Österreich wären unmöglich, wenn Reporter

Die Zugehörigkeit zu „ethnischen, religiösen oder anderen Minderheiten“ soll in der Regel nicht erwähnt werden, erst recht nicht aus reiner Neugier. Doch es kann ein „begründetes öffentliches Interesse“ dafür geben – wie im Fall der Kölner Silvesternacht.

Presserat

über ihre Quellen in solchen Fällen nicht schweigen könnten (mehr zur Ibiza-Affäre und zur Bedeutung von Recherche ab S. 12).

Das Gesetz schützt Journalisten in solchen Fällen. In der Strafprozessordnung ist festgeschrieben, dass sie sich auf das Zeugnisverweigerungsrecht berufen können. Auch das Bundesverfassungsgericht stärkte die Rechte der Medien in diesem Punkt schon mehrfach. So stellte es 2015 fest: „Dieser Schutz ist unentbehrlich, weil die Presse auf private Mitteilungen nicht verzichten kann, diese Informationsquelle aber nur dann fließt, wenn sich der Informant grundsätzlich auf die Wahrung des Redaktionsgeheimnisses verlassen kann.“

Manchmal schweigen Journalisten auch, um Persönlichkeitsrechte zu schützen. So ist es in Deutschland bewährte und anerkannte Praxis, in Strafverfahren in der Regel nicht den Familiennamen eines Angeklagten zu nennen. Unumstritten war zudem lange, nicht über die Nationalität von Verdächtigen zu schreiben, um keine Vorurteile gegenüber Minderheiten zu schüren. Doch darüber wird inzwischen kontrovers diskutiert – ein Anlass dafür war die Kölner Silvesternacht von 2015 auf 2016:

Rund um den Kölner Hauptbahnhof und den Dom wurden damals Frauen sexuell belästigt, überwiegend von nordafrikanischen Männern. Das ganze Ausmaß wurde erst nach und nach bekannt.



DER SCHUTZ VON INFORMANTEN ERMÖGLICHT ES ERST, SKANDALE AUFZUDECKEN.

Am Neujahrstag gab die Kölner Polizei am Vormittag sogar noch eine Pressemitteilung unter dem Titel „Ausgelassene Stimmung – Feiern weitgehend friedlich“ heraus, bereits wenige Stunden später berichtete der *Kölner Stadt-Anzeiger* über „sexuelle Belästigungen in der Silvesternacht“. Bundesweit gerieten die Vorkommnisse jedoch erst Tage später in die Schlagzeilen. Deshalb standen auch die Medien in der Kritik, der Vorwurf: Sie hätten geschwiegen, weil Ausländer unter Verdacht stünden.

Manche Redaktionen räumten danach ein, zu spät berichtet zu haben. Der Verdacht, die Medien hätten bewusst etwas verschwiegen, läuft aber ins Leere, denn es waren die lokalen Zeitungen, die die sexuellen Übergriffe zuerst ans Tageslicht brachten. Für ihre wochenlangen Recherchen rund um die Silvesternacht wurden der *Kölner Stadtanzeiger*, der *Express* und die *Kölnische Rundschau* des-

halb später mit dem Wächterpreis der Tagespresse ausgezeichnet.

Die Kölner Silvesternacht sorgte dennoch mit dafür, die Regeln für die Kriminalitätsberichterstattung zu überprüfen. Im März 2017 änderte der Presserat seine Richtlinien. Die Zugehörigkeit zu „ethnischen, religiösen oder anderen Minderheiten“ soll in der Regel nicht erwähnt werden, erst recht nicht aus reiner Neugier. Doch es kann ein „begründetes öffentliches Interesse“ dafür geben – wie im Fall der Kölner Silvesternacht.

Warum Journalisten über eigene Fehler reden müssen

„Sagen, was ist“, war das Motto des *Spiegel*-Gründers Rudolf Augstein. Im Dezember 2018 setzte es das Hamburger Magazin auf seine Titelseite, um eine Lügengeschichte aus dem eigenen Haus öffentlich zu machen. „In eigener Sache: Wie einer unserer

Reporter seine Geschichten fälschte und warum er damit durchkam“, schrieb das Nachrichtenmagazin. Der mehrfach preisgekrönte Reporter Claas Relotius hatte Texte erfunden, der Redaktion und der in der Medienbranche legendären Dokumentationsabteilung des Magazins waren die Fälschungen nicht aufgefallen. Aufgedeckt wurden sie stattdessen vom *Spiegel*-Mitarbeiter Juan Moreno, der bei einer Recherche mit Relotius Verdacht geschöpft hatte und diesem auf eigene Faust nachgegangen war.

Als der *Spiegel* Ende Mai 2019 den Abschlussbericht einer unabhängigen Aufklärungskommission veröffentlichte, schrieb Chefredakteur Steffen Klusmann: „Wir haben dem Qualitätsjournalismus in Deutschland mit dem Fall Relotius einen gewaltigen Imageschaden zugefügt, das ist uns bewusst.“ Die Kommission arbeitete Versäumnisse beim Magazin auf, sprach aber zugleich Empfehlungen aus, die

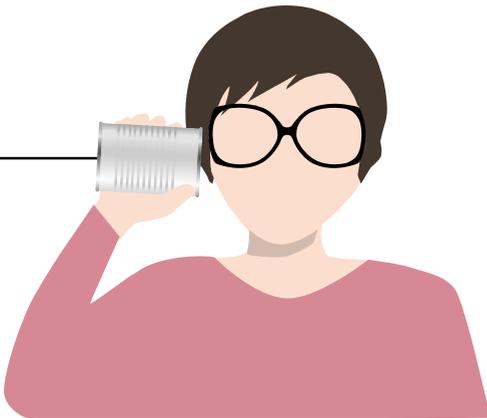
**„EIN TEXT OHNE
QUELLENANGABE IST
KEIN JOURNALISMUS.
ES REICHT NICHT,
WENN DER REPORTER
WEIß, DASS DIE
GESCHICHTE STIMMT,
DER LESER MUSS
ES NACHVOLLZIEHEN
KÖNNEN.“**

SPIEGEL-AUFKLÄRUNGS-
KOMMISSION ZUM FALL
RELOTIUS

in vielen Punkten für alle Medien als Leitlinien gelten können. Sie forderte unter anderem „Mut zum Nichtwissen“. Die Sätze „Ich weiß es nicht“ oder „Wir wissen es noch nicht“ sollten nach ihrer Ansicht zu den Standardsätzen einer Redaktion gehören. An anderer Stelle heißt es in dem Abschlussbericht unter dem Stichwort Transparenz: „Ein Text ohne Quellenangabe ist kein Journalismus. Es reicht nicht, wenn der Reporter weiß, dass die Geschichte stimmt, der Leser muss es nachvollziehen können. Er muss wissen können, nicht glauben müssen.“

Wie Medien mit Transparenz Vertrauen schaffen können

Leser müssen Medien nicht blind vertrauen, vielmehr haben Journalisten



eine Bringschuld. Das fängt mit klaren Quellenangaben bei Nachrichtentexten an und reicht bis zur Darstellung des Recherchewegs. Immer öfter schildern Journalisten deshalb gerade bei großen Enthüllungsgeschichten in Making-of-Berichten, wie sie an Informationen gekommen sind.

**JOURNALISTEN
MÜSSEN SICH DARAN
MESSEN LASSEN,
OB SIE NICHT NUR
MIT QUELLEN,
SONDERN AUCH MIT
EIGENEN FEHLERN
OFFEN UMGEHEN.**

Transparenz bedeutet auch, alle Seiten zu hören. Werden einem Politiker schwere Versäumnisse vorgeworfen, muss er Gelegenheit bekommen, sich dazu zu äußern. Seine Reaktion auf die gegen ihn erhobenen Vorwürfe wird veröffentlicht – und wenn er schweigen will, wird das ebenfalls erwähnt. An solchen Grundsätzen können Leser die Berichte von Journalisten messen, sie sollten es sogar.

In den Redaktionen gelten zudem Regeln und Prinzipien, die vor Fehlern schützen und Transparenz sichern sollen: Das Zwei-Quellen-Prinzip zum Beispiel, das gerade bei besonders heiklen Informationen oder schweren Vorwürfen greift. Wer über Bestechungs- oder Untreuevorwürfe in

einer Behörde berichtet, sollte sich möglichst nicht auf einen einzelnen Mitarbeiter als Quelle verlassen – oder zumindest dessen Glaubwürdigkeit und die seiner Informationen sehr genau prüfen.

Erscheint die Story nicht wasserdicht, kann die Entscheidung nur lauten: Wir veröffentlichen sie nicht.

Ein anderer Grundsatz ist das Vier-Augen-Prinzip, das heißt: Nichts wird veröffentlicht, was nicht mindestens ein zweiter Journalist gelesen hat. Wer einen Text gegenliest – Journalisten sagen: redigiert –, prüft diesen nicht nur auf Rechtschreibfehler, sondern sollte im Zweifel auch fragen: Wo ist die Quelle dafür? Manche Redaktionen leisten sich Dokumentationsabteilungen, in denen die Fakten eines Textes vor Veröffentlichung geprüft werden. Unfehlbar ist das System aber nicht, wie der Fall Relotius zeigt, da die Fälschungen des Reporters trotz der Sicherungssysteme des *Spiegel* jahrelang nicht auffielen.

Doch als die Lügen schließlich aufflogen, berichtete das Magazin offen und ausführlich darüber – sowie auch über die anschließende Ursachensuche und die Konsequenzen für die eigene Redaktion. Zudem sorgte der Fall für ein gewaltiges und sehr oft selbstkritisches Medienecho. Auch das war ein Zeichen für notwendige Transparenz: Denn Journalisten müssen sich daran messen lassen, ob sie nicht nur mit Quellen, sondern auch mit eigenen Fehlern offen umgehen.



Gute Journalisten lassen sich bezahlen.

Um Menschen zu informieren.

Wieso sollten Sie für Journalismus bezahlen? Schließlich kann sich heute jeder im Internet informieren, ohne einen Cent auszugeben. Doch guten Journalismus gibt es nicht kostenlos - genauso wenig wie das Handy, auf dem immer mehr Menschen ihre Nachrichten lesen. Die **Digitalisierung** zwingt die Medien allerdings, nach neuen Finanzierungsmodellen zu suchen. Wie diese genau aussehen werden, ist unklar - sicher ist nur, dass die Zukunft des Qualitätsjournalismus davon abhängt. Ob Sie nun online oder auf Papier lesen: Wir müssen über Geld reden.

Wieso die alten Geschäftsmodelle nicht mehr funktionieren

Früher gehörte die Tageszeitung in vielen Haushalten zum Frühstück wie die Tasse Kaffee. Im Radio und Fernsehen hörte und schaute man außerdem zu festgelegten Uhrzeiten Nachrichtensendungen. Es waren vor allem für die Zeitungsverlage gute alte Zeiten, und äußerst lukrative. Das Geschäftsmodell mit zahlenden Abonnenten und Anzeigenkunden funktionierte prächtig. Ob in diesen Zeiten der Journalismus unbedingt besser war, bezweifelt allerdings so mancher. „Was wir verkauft haben,

war eine Gewohnheit“, schreibt der Schweizer Journalist Constantin Seibt in seinem Buch „Deadline“.

Heute befinden sich die Auflagenzahlen der gedruckten Tageszeitungen im freien Fall. Hält die Entwicklung an, würde nach Berechnungen des Journalistik-Professors Klaus Meier die letzte gedruckte Tageszeitung in Deutschland im Jahr 2033 erscheinen. Schon jetzt ist es ein finanzieller Kraftakt, Papierzeitungen auch zu den entlegensten Adressen zu bringen. Ende 2019 beschloss der Bundestag deshalb sogar, im Haushalt 40 Millionen Euro zur Förderung

der Zustellung von Abonnementzeitungen und Anzeigenblättern einzuplanen.

Auch die zweite klassische Einnahmequelle sprudelt bei vielen Verlagen nicht mehr wie früher: Die Werbeumsätze sinken. Bei den Tageszeitungen lagen sie 2018 bei 2,2 Milliarden Euro, im Jahr 2015 waren es noch 2,65 Milliarden Euro. Bei den Publikumszeitschriften gingen sie von mehr als einer Milliarde Euro auf 915 Millionen Euro zurück. Das Neugeschäft im Internet ist schwierig, oft ziehen die Verlage im Kampf um Werbegelder den Kürzeren gegen Internetgiganten wie Google oder Facebook.

Wie digitale Zukunftsmodelle aussehen können

Die Medienunternehmen suchen seit Jahren intensiv nach Wegen, um im Internet Geld zu verdienen. Längst bieten praktisch alle Verlage Digital-Abos an, um den Auflagenschwund bei den gedruckten Zeitungen aufzufangen – vielerorts allerdings noch mit begrenztem Erfolg. Viele Onlineportale arbeiten bei bestimmten Artikeln mit einer Bezahlschranke: Nur wer zahlt, kann danach weiterlesen. Ob das der richtige Weg ist, ist umstritten: Zwar baut eine Mehrheit der Medienhäuser auf dieses Paywall-Modell, einzelne versprechen sich dagegen mehr Erfolg von einem Spendenmodell, bei dem Leser freiwillig für das Angebot zahlen.

So oder so ist die Zahlungsbereitschaft für Online-Inhalte in Deutschland

Früher gehörte die Tageszeitung in vielen Haushalten zum Frühstück wie die Tasse Kaffee. Heute befinden sich die Auflagenzahlen der gedruckten Tageszeitungen im freien Fall.

noch gering. Laut dem „Digital News Report“ des Reuters Institute für das Jahr 2019 zahlten nur acht Prozent der Deutschen für Online-News. Wachstum verzeichneten weltweit nur wenige Länder, Spitzenreiter sind die skandinavischen Länder Schweden und Norwegen mit Anteilen von inzwischen 27 und 34 Prozent.

Die Suche nach neuen Geschäftsmodellen gestaltet sich also extrem schwierig. Ob irgendwann doch einfach Printangebote von neuen Digitalprodukten abgelöst werden wie einst die Pferdekutsche vom Auto, ist noch nicht entschieden. Klar ist allerdings allen Beteiligten, dass es für diesen Wandel nicht ausreicht, einfach nur die gedruckte Zeitung eins zu eins auf den Bildschirm zu bringen: Auf den Webseiten finden sich deshalb neben Texten auch Videos, Fotostrecken, Links zu Originaldokumenten oder

Podcasts. Ganz analog laden zudem immer mehr Redaktionen zu Veranstaltungen ein, auf denen sie das Gespräch mit ihren Lesern suchen.

DIE ANZAHL DER ZEITUNGEN MIT EIGENER VOLLREDAKTION GEHT ZURÜCK.

Warum die Medienvielfalt schon jetzt gefährdet ist

Die Pressekonzentration in Deutschland wächst. Schon seit Jahren nimmt der Anteil der zehn führenden Verlagsgruppen am Gesamtmarkt der Tagespresse kontinuierlich zu, im Jahr 2018 lag er nach Untersuchungen des Medienwissenschaftlers Horst Röper bereits bei 61,6 Prozent. Verlage setzen zudem vermehrt auf Zentralredaktionen, die für mehrere Titel einheitliche Seiten produzieren. Die Folge: Die Medienvielfalt leidet. Längst gilt es nicht mehr als ausgeschlossen, dass ganze Regionen ohne eigene Lokalzeitungen auskommen müssen. Schon heute sind viele Redaktionen so ausgedünnt, dass sie ihre Aufgabe nur noch schwer bewältigen können.

Die Organisation Reporter ohne Grenzen, die jedes Jahr eine weltweite Rangliste der Pressefreiheit erstellt, sieht Deutschland zwar weltweit auf einem guten Rang 13 von 180, warnt

aber mit Blick auf die Medienvielfalt: „Während der öffentlich-rechtliche Rundfunk gebührenfinanziert wird, müssen immer mehr Zeitungen ums Überleben kämpfen. Die Anzahl der Zeitungen mit eigener Vollredaktion geht zurück.“

Die möglichen Folgen sind dramatisch: Die notwendige Qualität, die zu Recht erwartet wird, lässt sich mit immer weniger Journalisten irgendwann nicht mehr gewährleisten. Das gilt umso mehr, wenn freie Journalisten, die vielerorts Lücken schließen, kaum von ihren Honoraren leben können. Qualitätsjournalismus kostet Geld – genauso wie jedes andere gute Handwerk.

Die Digitalisierung stellt aber nicht nur Zeitungen vor Herausforderungen. Auch der Rundfunk muss umdenken. Videoplattformen, Streamingdienste würden immer relevanter, konstatiert die *ARD/ZDF*-Studie „Massenkommunikation Trends“. Besonders die unter 30-Jährigen schauen Filme oder Videos über Streamingdienste wie *Netflix* oder Videoportale wie *YouTube*. Um die junge Generation zu erreichen, setzen auch die öffentlich-rechtlichen Sender immer stärker auf Angebote im Netz.

Wieso die Digitalisierung den Journalismus auch besser machen kann

Die Technik eröffnet ganz neue Möglichkeiten, Inhalte zu präsentieren. Vor allem aber wurde wahrscheinlich noch nie so intensiv darüber disku-

tiert, was guter Journalismus bedeutet. Der von der Digitalisierung ausgelöste Druck auf die Medien setzt auch Kräfte frei.

Es entstehen beispielsweise neue Angebote und Formate, um Leser stärker als früher einzubinden. Viel beachtet wurde die in der Redaktion von *Zeit online* entstandene Aktion „Deutschland spricht“, die Menschen zusammenbringen will, die politisch völlig unterschiedlich denken. Tausende Menschen trafen sich in diesem organisierten Rahmen bereits zu Zwiesgesprächen, zahlreiche andere Medienhäuser beteiligen sich inzwischen an der Initiative. Oder das Projekt „Wem gehört die Stadt“, bei dem das gemeinnützige Recherchezentrum *Correctiv* zusammen mit lokalen Zeitungen Bürger fragt, wer die Eigentümer ihrer Wohnung sind. Die Recherchen, an denen die Menschen vor Ort direkt beteiligt waren, fanden bereits in Hamburg, Düsseldorf, Berlin, Heidenheim, Lüneburg und Minden statt.

Warum auch im Internet Journalisten gebraucht werden

Im Netz kann jeder fast alles selbst finden, es kann auch jeder alles selbst verbreiten. Der Sportverein braucht die Lokalzeitung nicht mehr für die Ankündigung des nächsten Vereinsfests, Parteien informieren aus eigenen Newsrooms heraus, Unternehmen präsentieren sich professionell im Netz, Sport-, Film- und Musikstars kommunizieren in den sozialen Netz-



werken direkt mit ihren Fans. Wie mächtig Einzelne jenseits der klassischen Medien im Netz wirken können, zeigte im Mai 2019 kurz vor der Europawahl der *Youtuber* Rezo mit einem knapp einstündigen Video mit dem Titel „Die Zerstörung der CDU“. Mehr als 16 Millionen Mal wurde es bis zum Jahresende aufgerufen und war damit 2019 das erfolgreichste *Youtube*-Video in Deutschland.

Braucht es da noch klassischen Journalismus, für den bezahlt werden soll? Ja, auch dafür ist der Fall Rezo ein gutes Beispiel. Die Medien in Deutschland berichteten über das Video und die Reaktionen darauf, wohl auch deshalb wurde es von Millionen Menschen angeklickt. Vor allem aber: Journalisten erklärten, hinterfragten und kommentierten den „Rezo-Effekt“. Denn auch im Internet gilt, dass sie für ihre Leser berichten und einordnen, nachfragen und nachhaken – bei *Youtubern* genauso wie bei Politikern, bei PR-Strategen der Unternehmen genauso wie bei Stars und Sternchen. Wer soll diese Aufgabe übernehmen, wenn sich damit kein Geld mehr verdienen lässt?

Ein unverzichtbares Grundrecht

Meinungs- und Pressefreiheit in Deutschland

Artikel 5 des Grundgesetzes garantiert die Meinungs- und Pressefreiheit in Deutschland, die damit zu den Grundrechten der Verfassung gehört. Wie grundlegend die Pressefreiheit für jede Demokratie ist, beschreibt der britische Historiker Timothy Garton Ash in seinem Buch „Redefreiheit“ so: „Eine freie Presse ist ein bestimmendes Merkmal eines freien Landes, und Zensur ist ein bestimmendes Merkmal einer Diktatur. Eine Demokratie kann ohne freie Presse nicht lange überleben und eine Diktatur nicht ohne Zensur.“

Am Anfang von Artikel 5 steht die Meinungsfreiheit: „Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten.“ Wohlgedenkt: Es ist ein Recht für jeden und kein Privileg der Presse. Jeder kann sagen, was er meint – selbst wenn es unsinnig oder für andere schwer erträglich ist. Auf die doppelte Bedeutung dieser Freiheit wies die frühere Bundesjustizministerin Katarina Barley (SPD) zum 70. Geburtstag des Grundgesetzes im Mai 2019 im Medienmagazin *Journalist* hin: „Ja, man darf seine Meinung äußern. Aber

man muss dann auch die der anderen aushalten können. Meinungsfreiheit ist kein Abwehrrecht gegen Kritik. Dass es angeblich ‚keine echte Meinungsfreiheit‘ gäbe, ist deshalb für mich eine Behauptung, die sich selbst Lügen straft, wenn sie via Massenmedien kommuniziert wird.“

**„EINE DEMOKRATIE
KANN OHNE FREIE
PRESSE NICHT
LANGE ÜBERLEBEN
UND EINE DIKTATUR
NICHT OHNE
ZENSUR.“**

Timothy Garton Ash

Journalist kann sich jeder nennen. Die Berufsbezeichnung ist nicht geschützt. Dafür allerdings findet kaum ein anderer Beruf seine Verankerung direkt in der Verfassung: „Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet“, lautet der zweite Satz von Artikel 5. Der 2003 verstorbene Reporter der *Süddeutschen Zeitung*, Herbert Riehl-Heyses,

Artikel 5 Grundgesetz:

(1) Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.

(2) Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre.

beschrieb diese Sonderrolle einst einprägsam: „Medien sind eben nicht ein Geschäft wie jedes andere, was man zum Beispiel daran erkennen kann, dass die Produktion von Kaugummi nicht unter dem Schutz des Grundgesetzes steht.“

Der erste Absatz von Artikel 5 endet mit dem berühmten Satz: „Eine Zensur findet nicht statt.“ Gemeint ist damit die staatliche Zensur. Keine Zensurbehörde darf darüber entscheiden, ob und wie etwas veröffentlicht wird. Darüber entscheiden allein die Medien.

Doch selbstverständlich gelten auch für die Presse- und Meinungsfreiheit Grenzen: „Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften

**„MAN DARF SEINE
MEINUNG ÄUßERN,
ABER MAN MUSS
DANN AUCH DIE
DER ANDEREN
AUSHALTEN KÖNNEN.“**

Katarina Barley

der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre“, so heißt es im zweiten Absatz von Artikel 5. Das bedeutet: Journalisten müssen Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte achten, sie dürfen niemanden verleumden oder beleidigen.

Pressefreiheit weltweit

In Deutschland schützt das Grundgesetz die Presse- und Meinungsfreiheit, Medien können frei und unabhängig berichten. Doch weltweit ist das keineswegs die Regel. Jahr für Jahr zeigt die Bilanz der Organisation *Reporter ohne Grenzen*, wie schlecht es um diese grundlegende Freiheit in vielen Ländern steht.

Auf den letzten Plätzen der Rangliste von 180 Staaten lagen im Jahr 2019 Eritrea, Nordkorea und Turkmenistan, auch in China (Platz 177) und in Syrien (174) wurde die Lage als „sehr ernst“ eingestuft. Eine „schwierige Lage“ für die Pressefreiheit stellte die Organisation unter anderem in der Türkei (157), in Russland (149) und Mexiko (144) fest. In all diesen Ländern können sich die Menschen nicht ungehindert in den Medien informieren – entsprechend alarmierend fallen etwa die Urteile über Turkmenistan, China oder die Türkei aus.

Nur wenigen Ländern wurde bescheinigt, dass die Lage der Pressefreiheit „gut“ ist, darunter auch Deutschland auf Rang 13. Das Spitzentrio bildeten die skandinavischen Länder Norwegen, Finnland und Schweden.

Doch auch in Ländern, in denen die Pressefreiheit nicht akut in Gefahr ist, bestehen Gefahren und Risiken. So heißt es zum Beispiel über Deutschland: „Die Anzahl der Zeitungen mit eigener Vollredaktion geht zurück. (...) Journalisten werden von Rechts-extremen und Salafisten angegriffen.“

TURKMENISTAN: „Turkmenistans Regierung kontrolliert sämtliche Medien im Land. Das Internet ist nur für wenige Menschen und in einer stark zensierten Version zugänglich.“

CHINA: „Chinas Medien unterliegen strikter Zensur und werden mit täglichen Direktiven zentral gesteuert.“

TÜRKEI: „Die einst pluralistische Medienlandschaft steht inzwischen fast vollständig unter Kontrolle der Regierung oder regierungsnaher Geschäftsleute.“

Vielfältige Medienlandschaft in Deutschland

In Deutschlands Medienlandschaft ist Platz für *FAZ* und *taz*, *Welt* und *Bild*, *Flensburger Tageblatt* und *Sächsische Zeitung*, *Spiegel* und *Bunte*, *ZEIT ONLINE* und *Buzzfeed*, *ARD* und *ZDF*, *RTL* und *Sat1*, *Deutschlandradio* und *Radio Westfalica*. Die Bürgerinnen und Bürger haben die Wahl, wo und wie sie sich informieren wollen: In Lokalzeitungen oder Boulevardblättern, mit Nachrichtensendungen in Fernsehen und Radio oder bei Angeboten im Internet. Wer sich irgendwo nicht mehr gut informiert fühlt, wem die Richtung eines Mediums nicht mehr gefällt, findet ein anderes, für ihn passendes Angebot. Erst diese Medien- und Meinungsvielfalt sichert Presse- und Meinungsfreiheit.

330

Tageszeitungen

Rund 330 Tageszeitungen und fast 25 Wochen- und Sonntagszeitungen stehen zur Auswahl. Pro Tag lag Mitte 2019 die verkaufte Auflage bei fast 17 Millionen gedruckten Zeitungen.

Die Auflagen der Tageszeitungen fallen allerdings seit Jahren stetig. Rein statistisch würde die letzte gedruckte Ausgabe nach Berechnungen des Journalistikprofessors Klaus Meier im Jahr 2033 erscheinen.

1600

Publikumszeitschriften

5600

Fachzeitschriften

Dazu kommen mehr als 1600 Publikumszeitschriften. Rund 1,6 Milliarden Magazine und Zeitschriften wurden 2018 verkauft. Oft nur in Branchenkreisen bekannt sind die 5600 Fachzeitschriften, die Nischenthemen genauso wie die Fragen der Großbranchen behandeln.

Die Pressekonzentration nimmt zugleich zu. Die zehn größten Verlagsgruppen in Deutschland hatten bereits Anfang 2018 einen Anteil von mehr als 60 Prozent am Gesamtmarkt der Tageszeitungen. Es entstehen zunehmend Zentralredaktionen, Lokalredaktionen werden zum Teil personell ausgedünnt oder sogar ganz aufgegeben. Zudem gibt es kaum noch Regionen mit zwei oder mehr konkurrierenden Angeboten.

„Eine freie Presse kann gut oder schlecht sein, aber eine Presse ohne Freiheit kann nur schlecht sein.“

Albert Camus

700

Zeitungswebsites

Das Onlineangebot auch der klassischen Medien wächst allerdings. Rund 700 Zeitungswebsites konnten Leser 2019 aufrufen, die verkaufte E-Paper-Auflage lag bei rund 1,7 Millionen pro Tag.

Dazu passt, dass die Mediennutzung im Internet zunimmt. Im Durchschnitt verbringen die Deutschen pro Tag rund eineinhalb Stunden mit medialen Inhalten im Netz – getrieben wird diese Entwicklung aber vor allem von Video- und Musik-Streamingdiensten.

1,5 Std

verbringen die Deutschen pro Tag mit medialen Inhalten im Netz

Radio und Fernsehen prägen zugleich noch immer das Medienangebot. Die Deutschen sitzen im Durchschnitt pro Tag dreieinhalb Stunden vor dem Fernseher. Das Radio erreicht pro Tag rund 54 Millionen Menschen.

Ein großes Publikum haben nach wie vor die Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, zu dem *ARD*, *ZDF* und das *Deutschlandradio*

54 Mio

hören jeden Tag Radio

zählen. Spitzenreiter bei den Hauptnachrichtensendungen im Fernsehen ist weiterhin die *Tagesschau* mit knapp zehn Millionen Zuschauern im Durchschnitt. Neben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gibt es ein breites Angebot privater Anbieter. Der Verband Privater Medien verzeichnet rund 150 Unternehmen als Mitglieder, dazu gehören Regional- und Lokalradios genauso wie die Medienunternehmen *RTL* und *ProSiebenSat.1*.

10 Mio

Zuschauer hat die ARD-Tagesschau

Die Digitalisierung sorgt zugleich dafür, dass neben altbekannten Medienmarken neue Angebote entstehen: Auf dem deutschen Medienmarkt ist deshalb auch Platz für digitale Medienunternehmen wie *Buzzfeed* oder *Media Pioneer*, für neue Formate wie *Deutschland3000* oder *jung & naiv*, für ambitionierte Onlinemagazine wie *krautreporter* oder *republik* aus der Schweiz – und darüber hinaus natürlich für neue Ideen der etablierten Medien in der digitalen Medienwelt.

Die Deutsche Journalistenschule (DJS) in München steht seit Jahrzehnten für Qualitätsjournalismus. Initiiert wurde die DJS bereits 1949 vom Münchner Journalisten Werner Friedmann. Seither wurden rund 2500 Journalistinnen und Journalisten ausgebildet, die die deutschen Medien als Reporter, Moderatoren oder Chefredakteure prägten und prägen. Heute werden jedes Jahr 45 ausgewählte Nachwuchs-journalisten auf die Arbeit in den unterschiedlichsten Redaktionen vorbereitet.

Getragen wird die DJS von Medien, Verbänden, Institutionen, Unternehmen und Stiftungen. Doch kein Geldgeber hat beherrschenden Einfluss auf die Schule. Die DJS will so auch in Zukunft die angesehenste unabhängige Ausbildungsstätte für Journalismus im deutschsprachigen Raum bleiben – und ihren Beitrag dazu leis-

ten, dass die Medien ihre zentrale Aufgabe für die Demokratie wahrnehmen.

#journalistenschule

Seit 2018 gehen DJS-Absolventen im Rahmen des medienpädagogischen Projekts #journalistenschule an Schulen, um ihre Arbeit zu erklären und Fragen zu beantworten. Vor allem geht es ihnen darum, ins Gespräch zu kommen: über journalistische Grundsätze und den Alltag der Berichterstattung, über Fehler und Fake News, über Berichte in der Lokalzeitung und Reportagen aus Kriegsgebieten, über Pressefreiheit und den Wert des Qualitätsjournalismus für jede Demokratie.

KEIN GELDGEBER HAT BEHERRSCHENDEN EINFLUSS AUF DIE SCHULE

Fast 12.000 Schüler wurden bereits in den ersten beiden Jahren der Aktion erreicht. Ziel von #journalistenschule ist es einerseits, Medienkompetenz von Jugendlichen zu stärken. Doch die Aktion ist keine Einbahnstraße: Auch die Profis lernen bei ihren Schulbesuchen viel für ihre eigene Arbeit, indem sie mit Jugendlichen über deren Sicht auf den Journalismus von heute und morgen diskutieren.

#journalistenschule wird in den kommenden Jahren fortgesetzt.

IMPRESSUM

Deutsche Journalistenschule e.V.
Hultschiner Straße 8
81677 München
post@djs-online.de
www.djs-online.de

Leitung
Henriette Löwisch (V.i.S.d.P.)

Konzept und Redaktion
Carsten Hauptmeier

Grafisches Konzept und Gestaltung
Andrea Gugau

Schlussredaktion
Kathrin Sander

Verifikation
Tessa Penzel

Dank an:
Marion Ammicht, Yannick Christmann,
Valerie Schönian, Kai Schächtele,
Dominik Schütte, Philipp Stute,
Christian Wermke, Ole Zimmer

Redaktionsschluss Januar 2020

Eine Dokumentation in redaktioneller Verantwortung
der DJS für das Bundespresseamt

Unsere Quellen
finden Sie hier:



https://www.dropbox.com/s/7r8fn3osmluz3hi/DJS_Magazin_Quellentext.pdf?dl=0

DJS.

Deutsche Journalistenschule

