

Norbert Bicher

Qualitätsjournalismus? – Eine Polemik

Journalismus ist out, »Qualitätsjournalismus« ist in. Aber was ist damit eigentlich gemeint? Auf den Spuren nach der Qualität in einer verunsicherten Branche.

Norbert Bicher

(* 1951) arbeitete als Journalist, als Pressesprecher der SPD-Bundestagsfraktion und betreut heute die Arbeitseinheit »Medienpolitik« in der Politischen Akademie der FES.

Norbert.Bicher@fes.de



Filettieren und Ausschachten

Keine Medientagung, kein Kongress, kein Verlegertreffen, bei dem die Qualität nicht bis zum Überdruß bejubelt wird. In der Folge wird es dann für so manchen Redakteur eng. Um den Qualitätsjournalismus auch in Zukunft garantieren zu können, hat ein großer westdeutscher Verlag fast ein Drittel seiner Redakteurstellen abgebaut. Der Präsident des Deutschen Zeitungsverlegerverbandes, Helmut Heinen – der zugleich auch Herausgeber der *Kölnischen Rundschau* ist –, hat um der angeblichen Qualität willen seine Zentralredaktion so gut wie aufgelöst und lässt sich die klassischen Ressorts – von Politik über Wirtschaft bis Kultur und Sport – von einem anderen Verlag liefern. Qualitätsjournalismus als Chiffre für das Filettieren und Ausschachten von Redaktionen.

Die Vergabe von Journalisten-Preisen wird in der Branche inzwischen inszeniert wie Bambi-Verleihungen. Henri Nannen, der legendäre Herausgeber des *stern* und der große Urahn der Reportage, Egon Erwin Kisch, müssen herhalten für eine Show, bei der der rote Teppich nicht dem Journalismus, sondern den Juroren und Veranstaltern, dem Event selbst ausgelegt wird. Fast scheint es, als sei der Pomp dieser Selbstinszenierungen in gleichem Maße größer, aber auch abstoßender geworden, wie die Branche an Akzeptanz, an Aufmerksamkeit verloren hat, als werde Qualität nur deshalb inszeniert, um vom schleichenden

Ist es Anmaßung oder Wichtigtuerei? Wer etwas auf sich hält in der Medienszene, der betreibt nicht mehr einfach nur Journalismus. Nein, Qualitätsjournalismus muss es sein. Darunter macht es kein Verleger, kein Journalist, kein Chefredakteur mehr. Dabei handelt es sich um eine Imagination, als sei der Journalismus besser geworden, seit man ihm inflationär das Attribut »Qualität« voranstellt.

Eher aber erinnert diese verbale Qualitätsoffensive an die Gesetzmäßigkeiten von Lebensmittelskandalen. Mit jeder neuen Entdeckung von Gammelfleisch sinkt das Vertrauen der Verbraucher, die Zahl der Qualitätssiegel aber wird größer: mehr Bio, mehr Fleisch aus der Region, mehr Herkunftsnachweise. Und wenig souverän ist diese journalistische Werbetrommel obendrein. Man stelle sich einen Moment vor, Ärzte kämen auf die Idee, nicht mehr von Medizin, sondern von Qualitätsmedizin zu reden, Juristen würden sich als Qualitätsjuristen prämiieren. Wie muss es um das Selbstwertgefühl einer Branche bestellt sein, die sich seit Jahren selbst in Qualitätsbekundungen badet?

Qualitätsverlust abzulenken. Nicht mehr die abgeklärte Berichterstattung ist gefragt, sondern deren Überhöhung. Reizvoll sich auszumalen, wie der legendäre Kisch darüber in seinen Reportagen gelästert hätte. Journalismus ist längst zum Journaltainment abgeglitten. Nicht mehr das simple, aber eben deshalb so überzeugende »Schreib das auf, Kisch« ist angesagt, sondern ein »weil WIR es aufschreiben, ist es WICHTIG«.

Klare Sicht in trübem Wasser?

Was also soll Qualitätsjournalismus sein? Die einen halten ihn lediglich für einen Kampfbegriff der Verleger, um das umstrittene Leistungsschutzrecht, eine Gebühr für die Verbreitung von Nachrichten in Internet-Suchmaschinen, durchzusetzen. Die anderen glauben wie selbstverständlich, dass er ihnen von den großen Leitmedien, den Markenführern der journalistischen Premiumklasse, von Edelfedern und Alphetieren des Journalismus geliefert werde. Wieder andere vermuten ihn hinter dem Label des Investigativen, wo die Hohepriester der Recherche hinter die Kulissen schauen.

Recherchepools und Investigativboards haben Konjunktur. Sie werden aus dem Boden gestampft und sollen wohl suggerieren, in jedem trübem Wasser klare Sicht vermitteln zu können. Welch aufgeblasene Begriffe für das, was früher altmodisch noch Reporter ans Licht gebracht haben. In den meisten Zeitungsredaktionen ist die Reportage in den 80er und 90er Jahren abgeschafft oder eingeschränkt worden, weil zeitaufwendige Recherche den Verlegern als zu teuer und nicht wirklich wichtig erschien. Höchstens am Telefon wurden Agenturberichte nachrecherchiert. Journalismus aus zweiter Hand. In der Einheitskost der Agenturen verlor die Berichterstattung einzelner Medien ihr Allein-

stellungsmerkmal und damit das Interesse der Leser. Diese pompösen Etiketten sind fast eine Art Eingeständnis, dass es ein Irrweg war. Recherche ist für Journalismus unerlässlich. Allerdings, auch durch eine Rückkehr zur Recherche entsteht nicht zwangsläufig Qualitätsjournalismus. Und bei Lichte dominiert wieder ein ökonomisches Argument: So wie in der Vergangenheit Verlegern eigene Recherche zu teuer erschien, ist ihnen heute die solide Dienstleistung von Nachrichtenagenturen zu teuer geworden. Und wie die Reporter wurden lange Zeit auch die Spezialisten aussortiert, an Newsdesks zu Experten für Alles degradiert. Musikkritiker seien in diesem Prozess herangezogen worden, so lästerte der im August zurückgetretene Chefredakteur der Wiener *Presse*, Michael Fleischhacker, die keine Partituren mehr lesen könnten, Politikjournalisten, die in Geschichte und Staatswissenschaften nicht mithalten könnten und sogenannte Wirtschaftsjournalisten, mit denen Banken- und Industriewelt wegen mangelnder Spezialisierung gerade in Zeiten der Finanzkrise Katz und Maus spielen könnten. Fleischhackers Liste kann man beliebig verlängern. In Berlin ist beispielsweise im letzten Jahrzehnt die Zahl der Korrespondenten, die kompetent über Sicherheitspolitik berichten, dramatisch gesunken. Selbst in den großen Zeitungen der Republik wird den komplizierter gewordenen sicherheitspolitischen Weltverflechtungen nur noch wenig Beachtung geschenkt.

So wie die Zahl der Spezialisten abgenommen hat, hat auch die Vielfalt gelitten. Besonders in der politischen Hauptstadtberichterstattung hat die Verflechtung der Verlage in den letzten Jahren rasant zugenommen. Korrespondentenbüros einzelner Regionalzeitungen, früher einmal der Stolz jeder Redaktion und jedes Verlegers, sind mittlerweile in Berlin Rarität – stattdessen gibt es immer mehr große Gemeinschaftsbüros.

Gebalze und Chimären

Die Alphatiere und Edelfedern! Dass bei ihnen Qualität nicht unbedingt garantiert ist, das haben in diesem Jahr mindestens zwei von ihnen mit vorgetäuschter Nähe gelehrt. Mehr Schein als Sein, näher dran sein wollen als dran gewesen zu sein, Reportage als Fiktion. Im Drang zur Inszenierung, gar der Selbstinszenierung, kann auch bei Promischreibern die Qualität des Journalismus auf der Strecke bleiben. Die sogenannten Leitmedien, ein sicherer Hort der Qualität? Wohl kaum. Früher wussten *Spiegel*-Leser – laut Werbeslogan – mehr, heute hat das Magazin den Anspruch formuliert: »Die Konferenz, vor der Politiker zittern«. Welche Hybris, welches Missverständnis! Qualitätsjournalismus als Instanz, das Medium wichtiger als die Wirklichkeit, über die es kritisch berichten soll. Journalismus der Anmaßung! Wenn eine Geschichte nur dann eine Geschichte ist, wenn andere davor zittern, dann zittert vor dieser Art von Journalismus bald niemand mehr, weil die Absicht eine eindeutig unaufklärerische ist, die mit dem Anspruch von Journalismus nichts mehr zu tun hat. Reißerische »Qualität« ist kein Garant für journalistische Qualität. Die *Spiegel*-Werbung ist zwar besonders krass, aber sie zeigt, wie stark der Konkurrenzkampf in Zeiten sinkender Auflagen unter den sogenannten Leitmedien geworden ist. Die unterschwellige und bisweilen auch offene Verächtlichmachung der Konkurrenz gehört zum Spiel. In den Feuilletons bereits übliche Häme geworden, bekam dieser Kampf der Giganten eine neue Dimension, als die *FAZ* im Leitartikel frontal Heribert Prantl, Ressortleiter Innenpolitik bei der *Süddeutschen*, wegen dessen vorgegaukelter Küchenszene bei Verfassungsgerichtspräsident Andreas Voßkuhle anging. Insider-Gebalze, das am Publikum und auch an journalistischen Intentionen vorbei wenig zur Qualität beiträgt.

Für die Verlegerverbände ist Qualitäts-

journalismus zu einer Art Kampfbegriff geworden, mit dem sie ihre Produkte abgrenzen wollen von verlegerfreien journalistischen Aktivitäten im Netz. Sie haben diese Konkurrenz lange tatenlos wachsen lassen, weil sie die Möglichkeiten und Potenziale des Netzes falsch eingeschätzt haben. Jetzt muss es als Begründung für ständig sinkende Auflagenzahlen herhalten. Zu Teilen eine Chimäre, denn der Sinkflug der Auflagen begann lange vor den Zeiten des Internet. Er hing auch damit zusammen, dass gerade die regionalen Medien mehr die Anzeigenkunden als die Leser im Auge hatten, dass sie glaubten, ihre Tageszeitungen könnten die Fernsehnachrichten vom Vortag aufwärmen, dass sie zu wenig Manpower in regionale und lokale Berichterstattung legten und sich zu lange ausruhten auf den Wachstumsschüben und Renditeerfolgen der 60er und 70er Jahre. Redaktionen waren in diesem Weltbild nur lästige Kostenfaktoren, während die Anzeigenabteilungen als Geldbeschaffer gehätschelt wurden. Jetzt, wo eben diese Anzeigen ins Internet abgewandert sind, die Leserzahlen sinken, ist die Depression in den Verlagen groß und die Mär vom Qualitätsjournalismus zum Strohalm geworden. Dabei ist auffallend, dass die Manager in den Verlagen selbst am wenigsten an die offline-Zukunft der Branche glauben. 88 % befürchten laut einer Umfrage der Deutschen Post, dass die Zukunft von Abo-Zeitungen und Zeitschriften besiegelt ist, während bei den Lesern selbst nur 25 % davon ausgingen, dass sie in zehn Jahren auf Zeitungs-Abonnements verzichten würden.

Dass die öffentlich-rechtlichen elektronischen Medien ein verlässlicher Hort der Qualität sind, hat sich als Irrglaube erwiesen. Immer mehr nähern sie sich dem reinen Unterhaltungsniveau der privaten Sender an, immer weiter entfernen sie sich von ihrem politisch-gesellschaftlichem Auftrag. Dauertalk statt kritischer Berichterstattung. Allzu lange haben sich Politiker sonntagabends bei *Christiansen* und ande-

ren aufs Sofa gesetzt und geglaubt, von dort das Land regieren zu können. Ein fataler Irrtum, mit dem sie Politik zum Infotainment herab gewürdigt haben.

Wenn es kritische Berichterstattung in ARD und ZDF noch gibt, dann zu immer späterer Sendezeit und in homöopathischen Dosen. Zudem nerven beide Sender in ihren Nachrichtensendungen immer öfter mit Verweisen auf ihre Internetauftritte. So als suchten sie der ohnehin überalterten Zuschauergemeinde zu vermitteln, dass sie bei der Suche nach Informationen mit Tiefgang bei *Tagesschau* und *Heute* auf dem falschen Dampfer sind.

Zu viel der Polemik? Ja und Nein! Das Klagen über die deutsche Medienlandschaft ist immer noch ein Klagen auf hohem Niveau – im Vergleich zu jenem Billig- und Gratisjournalismus, der in vielen Nachbarländern im Boulevard grassiert. Das Italien Berlusconi ist da nur die Spitze des Eisbergs. Aber Selbstzufriedenheit,

das Wegschauen über Niveauverluste darf sich die Branche auch hierzulande nicht durchgehen lassen. Diese Polemik richtet sich im Übrigen nur in Bruchteilen gegen Journalisten. Ungezählte Gute gibt es, die meisten leisten in Lokalredaktionen, Politikressorts, Korrespondentenbüros und Chefredaktionen solide Arbeit.

Sie müssen geschützt und unterstützt werden, damit sie ihre Arbeit für die Demokratie auch weiter tun können. Sie müssen jene »Neugierde«, die der Kölner Verleger Alfred Neven DuMont als wichtigste journalistische Aufgabe beschreibt, auch dann bewahren können, wenn sie den Interessen ihrer Arbeitgeber zuwider läuft. Sie brauchen Schutz und die wirtschaftliche Sicherheit für ihre Recherchen, auch wenn es den Mächtigen im Lande nicht gefällt. Der Wirklichkeit so nah wie möglich kommen und kritisches Hinterfragen, das sind die journalistischen Qualitätsbegriffe, die zählen. Eben: »Schreib das auf, Kisch«! ■