

## **Stellungnahme zum Antrag**

### **„Beitrag zu Vielfalt und Qualität im Journalismus leisten – Gemeinnützigkeit von Journalismus anerkennen“**

**(Ausschuss für Kultur und Medien 26.02.2015)**

Zunächst vorweg: Wir befürworten das Ziel des Antrags, weil wir davon ausgehen, dass steuerrechtliche Anreize zu einer Steigerung finanzieller Unterstützung zumal für neuere Formen journalistischer Arbeitsorganisation und journalistischer Produkte führen können, die geeignet sind, den Verlust an Medienvielfalt zu lindern. Die Spannweite der so zu fördernden Medien ist groß und reicht vom Dokumentarfilm bis zum lokaljournalistischen Onlineportal.

Die vorliegende Stellungnahme rückt den Lokaljournalismus in den Fokus. Gerade Nordrhein-Westfalen hat in den letzten Jahren speziell im Lokaljournalismus einen rapiden Verlust erlebt. Diese Entwicklung muss als nicht abgeschlossen betrachtet werden. Weitere Vielfaltsverluste drohen. Bislang fehlen der Politik aber – nicht nur in NRW – Instrumente, um diesem Vielfaltsverlust entgegen zu wirken bzw. die Folgen zumindest zu lindern.

## **1. Anmerkungen zum Print- und Online-Journalismus**

### **1.1 Mangelnde Finanzierung von Print- und Onlinejournalismus**

Nicht nur gemessen an den „goldenen 90er Jahren“ sind insbesondere Zeitungsunternehmen auf der Einnahmeseite inzwischen deutlich schlechter gestellt. Die Einnahmeverluste im Vertriebsbereich konnten bislang im Wesentlichen durch Preissteigerungen aufgefangen werden. Preissteigerungen führen allerdings auch zu Abonnementskündigungen und zu weiteren Auflagenverlusten. Dies birgt erstens die Gefahr, dass das Medium Zeitung nur noch ein finanziell besser gestelltes Publikum erreicht, und kann zweitens in einen Teufelskreis münden.

### **1.2 Folgen für die Unabhängigen des Journalismus**

Die hohen Verluste bei den Werbeeinnahmen konnten auf der Einnahmeseite nicht ausgeglichen werden. Diese Verluste gefährden die journalistische Unabhängigkeit. Wir erleben derzeit, dass Zeitungsunternehmen – und zumindest für diese galt lange Jahre – die strikte Trennung zwischen Journalismus und PR auflösen. Beispiele sind

jüngere PR-Formen beim „Handelsblatt“ oder beim „Tagesspiegel“. Damit ist nicht nur die Unabhängigkeit im Journalismus bedroht sondern auch die Glaubwürdigkeit von Zeitungen.

Fehlenden Einnahmen begegnen Zeitungsunternehmen mit Kostensenkungen in allen Bereichen. Diese haben längst auch die Redaktionen erreicht. Nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) beschäftigten die Tages- und Wochenzeitungen in Deutschland 2000 noch 15.300 Redakteure. 2011 waren es nur noch 13.000 Redakteure (-15 Prozent). Neuere Zahlen liegen nicht vor. Die Redakteurstellen werden auch in den letzten Jahren weiter gesunken sein, woran die Unternehmen in NRW maßgeblich beteiligt waren und sind. Ein Teil der zuvor von Redakteuren erbrachten Leistungen, wird – zunehmend – ersetzt durch Freie Mitarbeiter, die weit überwiegend schlecht bezahlt werden. Letztlich handelt es sich um prekäre Arbeitsverhältnisse. In der Fachliteratur besteht einhellig die Meinung, dass die Unabhängigkeit von Journalisten auch von deren materieller Sicherheit geprägt wird. Diese ist bei vielen Freien Journalisten nicht gegeben und selbst für Redakteure keine Selbstverständlichkeit mehr, seitdem immer mehr Zeitungsunternehmen Tarifbindungen aufkündigen.

### **1.3 Folgen für die Qualität des Journalismus**

Seit den beiden großen Journalistenstudien des Wuppertaler Kommunikationsforschers Weischenberg ist belegt, dass in vielen Redaktionen für die journalistischen Kernaufgaben Recherche und journalistische Umsetzung schlicht zu wenig Zeit besteht. Die anhaltenden Personalkürzungen in den Redaktionen verstärken diesen Mangel und führen letztlich zu geringerer Qualität.

### **1.4 Mehr mediales Arbeiten als zusätzliche Belastung und Qualitätsrisiko**

Die Personalkürzungen in Redaktionen korrespondieren nicht nur mit zusätzlichen Aufgaben der Redaktionen für digitale Medienangebote von Zeitungsunternehmen sondern verlaufen konträr dazu. Durch Epaper, Onlineportale, Apps und soziale Netzwerke wurde das Arbeitsfeld erweitert, ohne dass Redaktionen – von einer kurzen Phase der Entwicklung abgesehen – nachhaltig personell gestärkt worden sind.

## **2. Die Bedeutung von Zeitungsredaktionen für die Medienvielfalt**

Manche Darstellungen zur Medienvielfalt unterliegen einer Fehleinschätzung. Da wird vom Niedergang der „Holzmedien“ geschrieben. Der Verlust sei unter Vielfaltsaspekten wegen der sinkenden Auflagen von Zeitungen nicht bedeutsam. Dabei wird verkannt, dass Zeitungsunternehmen heute in der Regel trotz sinkender Auflagen eine höhere Reichweite erzielen als in früheren Jahren mit Rekordauflagen. Dafür gewichtig sind insbesondere deren Internetportale. Die beiden großen regelmäßigen Studien zur Internetnutzung weisen monatlich gerade Portale von Zeitungsunternehmen als hoch frequentiert aus. Daher sind Aussagen von Zeitungsverlegern wie etwa jene des Kölner Verlegers Neven-DuMont oder aus dem Hannoveraner Madsack-Konzern zur gewachsenen publizistischen Bedeutung ihrer Unternehmen zutreffend. Dies heißt aber erstens auch, dass trotz einer größeren Zahl journalistischer Angebote die unerwünschte Anbieterkonzentration gestiegen ist. Zweitens: Da die digitalen Angebote von Zeitungsunternehmen weit überwiegend auf den Leistungen der Zeitungsredaktionen beruhen, verlängern sich Qualitätsmängel gleichfalls multimedial.

### **3. Die mediale Angebotsentwicklung in Nordrhein-Westfalen**

In den letzten Jahren hat sich der Landtag nach Großen Anfragen der SPD bzw. der FDP wiederholt mit der Entwicklung der Medienlandschaft in NRW befasst. Die jeweiligen Landesregierungen konnten dabei darauf verweisen, dass gerade in Bezug auf das Angebot von Tageszeitungen die Angebotspalette in NRW im Vergleich zu anderen Bundesländern deutlich breiter war. In Sonderheit waren hierzulande die Monopolgebiete deutlich geringer. Dieses Faktum war insbesondere für die lokale Berichterstattung von herausragender Bedeutung. Dies vor allem deshalb, weil kein anderes Medium über eine solch kleinteilige Struktur von Lokalredaktionen verfügt wie das Medium Zeitung. In überschaubarer Zeit wird auch kein anderes Medium in der Lage sein, eine ähnliche Struktur mit ähnlichen Personalstärken aufzubauen. In den letzten Jahren ist gerade in Nordrhein-Westfalen eine Vielzahl von Lokalredaktionen aufgegeben worden. Der Verlust von Lokalredaktionen von Zeitungen wiegt aus mehreren Gründen unter Vielfaltsaspekten besonders gewichtig:

- Wir erleben in der seit Jahrzehnten anhaltenden Konzentration immer wieder, dass Schließungen von Lokalredaktionen nicht durch den Aufbau neuer Redakti-

onen anderer Anbieter ausgeglichen werden. Zeitungsgründungen und selbst der Aufbau von neuen Lokalausgaben finden im Markt nicht statt.

- In einem bereits ausgedünnten Zeitungsmarkt war die Schließung einer Lokalredaktion und damit einhergehend die Aufgabe einer Lokalausgabe über Jahrzehnte in der Regel mit einer Monopolisierung eines weiteren Teilmarktes verbunden.
- In jüngerer Zeit haben Zeitungsunternehmen den tradierten Wettbewerb im Zeitungsmarkt immer stärker durch neuere Kooperationsformen ersetzt. Dies führt u. a. dazu, dass die Schließung von Lokalredaktionen nicht automatisch mit der Aufgabe einer Lokalausgabe verbunden ist. Die Lokalberichterstattung wird in der Folge von einem anderen Zeitungsunternehmen übernommen. Die Folge: Es entsteht zwar kein Angebotsmonopol, aber die Lokalberichterstattung ist einheitlich. Im Bereich des Lokaljournalismus fehlt entsprechend Vielfalt.
- Diese Entwicklungen wiegen inzwischen doppelt schwer, da mit jeder Schließung einer Lokalredaktion nicht nur deren Berichterstattung im Medium Zeitung entfällt sondern auch im entsprechenden Onlineportal.

#### **4. Lokale Onlineportale als Vielfalts-Chance**

In NRW ist selbst eine reduzierte Vielfalt in der lokalen Berichterstattung kaum noch gegeben. Für diese Vielfalt war und ist das Medium Tageszeitung maßgeblich. Bei dem anhaltenden Auflagenverlust sind weitere Vielfaltsverluste zu erwarten. Auf absehbare Zeit scheint nur durch ein Medium ein Vielfaltsplus erreichbar: durch lokale Onlineportale von neuen Anbietern, also nicht von in den jeweiligen Gebieten etablierten Medienunternehmen. Solche Onlineportale finanzieren sich weit überwiegend über Werbung. Diese Werbeeinnahmen sind aber immer noch trotz der insgesamt stark steigenden Werbeumsätze im Internet viel zu gering, um eine erstens umfangreiche und zweitens dauerhafte Lokalberichterstattung zu finanzieren. Es gibt auch in NRW seit einigen Jahren solche Portale, aber die Entwicklung ist volatil. Wegen fehlender finanzieller Basis scheitern solche Projekte immer wieder.

Dass per Saldo dennoch in den letzten Jahren die Zahl der Angebote vermutlich gestiegen ist, dürfte auch von der Entwicklung im Zeitungsmarkt geprägt sein. Zum ei-

nen entstehen durch die Einstellung von Lokalausgaben oder durch den Verzicht auf eine eigene Lokalberichterstattung Marktlücken. Zum anderen finden Journalisten häufig keine Festanstellung oder verlieren eine solche sogar. Eine berufliche Perspektive ist dann u. a. die Gründung eines lokalen Onlineportals.

Der Start eines solchen Onlineportals ist wegen der geringen Investitionsbedarfe einfach. Da die Entwicklung solcher Onlineportale schon lange nicht mehr von der Erwartung großer wirtschaftlicher Gewinne der unternehmerischen Tätigkeit begleitet wird, dürfte einer gemeinnützigen Organisation des Angebots nichts im Wege stehen. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, kann eine Spendenfinanzierung für solche Portale im besten Fall nicht nur bestandssichernd wirken, sondern sie kann zu einer innovationsstimulierenden Kraft werden.

Die Spendenfinanzierung ist gerade für eine vielfältige Lokalberichterstattung eine Chance. Andere Chancen sind ohne eine aktiv steuernde Medienpolitik nicht zu erkennen.

Dortmund, 19.2.2015