

Die Presseförderung verdient ihren Namen nicht

RUDOLF RECHSTEINER

Wir nannten sie Instant-Journalisten: junge Leute, die auf Themen losgelassen wurden, mit denen sie sich nie zuvor befasst hatten. Bei Interviews musste man ihnen nicht nur die Antworten diktieren, sondern auch die Fragen. Instant-Journalisten haben Erfolg.

Auch Instant-Politik hat Erfolg. Sie verzichtet auf Differenzierung, Vorkenntnisse, Wahrfähigkeit. Es regiert die verkürzte Wahrnehmung. Wer Erfolg hat, will nicht komplex denken. Es geht nicht mehr darum, Wirklichkeiten zu gestalten. Es geht um Marketing. Um Auflage. Und sie wird erreicht durch Personalisierung, Feindbilder, Sport, Unfälle und Verbrechen.

Gratiszeitungen boomen. Instant-Politik und Instant-Journalismus, beides ist zusammengerückt. Jung, frisch, täglich neu, keiner Tradition verpflichtet und zuweilen unbedarft. Das gilt auch umgekehrt: Auf den Redaktionen sind die alten Hasen selten geworden. Jene, die das Metier à fonds beherrschen und nicht jenen Modetrend nachhängen. Die klassischen Tageszeitungen sind in Existenznot und müssen sparen, jüngstes Beispiel ist die BaZ.

OBERFLÄCHLICH. Auch im Internet regiert das Gesetz der Quote. Es wird Neugierde bedient: Titel wie Frau, Hund, Sex melden die meisten Hits. Aber was bringt mir die Meldung, dass der Hund von Paris Hilton Depressionen hat? Oberflächliche Medienarbeit führt zu oberflächlicher Politik. Gratiszeitungen tragen kaum zu Problemlösungen einer offenen, demokratischen, arbeitsteiligen Gesellschaft bei. Ich wünsche mir Redaktionen, die oberhalb des geistigen Existenzminimums operieren, und das kostet Geld.

Dieses Geld aus Inseraten sprudelt immer dürrer, weshalb gestandene Zeitungsbesitzer wie etwa die Familie Hagemann ihre Verlagshäuser Finanzmilliarden anvertrauen, die in Gutsherrenmanier ihre eigenen Interessen verfolgen. Selbst Traditionsblätter wie die NZZ mussten ihr Korrespondentennetz zusammenstreichen. Tageszeitungen hören dann irgendwann auf, Autoritäten zu sein. Ziel muss es sein, Zeitungen und Journalismus attraktiv zu halten. Es sollen dort auch Menschen arbeiten

«Die Tageszeitung ist unverzichtbar, weil sie die nötige Reflexion bringt.»

können, die über 45 sind und so viel Geld verdienen, dass sie eine Familie ernähren und auch mal um sechs Uhr Feierabend machen können. Vielleicht bin ich da etwas altmodisch. Aber überzeugt, dass Printmedien zur Meinungsbildung stärker beitragen, weil ihre Erscheinung weniger flüchtig ist. Das Internet ist das Geschäftsmodell der Schwarzfahrer. Jemandem muss die Leistung aber bezahlen, sonst endet Journalismus in Selbstausbeutung. Statt echte Diskussionen regieren Blogs, auf denen einsame Seelen ihren Frust loslassen. Auch ein guter Blog ersetzt keine Tageszeitung. Mir sind keine Beispiele bekannt, wo das Online-Geschäft die Printmedien stärkt. Es ist gerade umgekehrt: Printmedien finanzieren den Online-Sektor, der den eigenen Verkauf untergräbt. Die gefährdete Spezies ist die Tageszeitung. Ich halte sie für unverzichtbar, weil sie örtlich verankert die nötige

Reflexion bringt und eine Ordnung der Welt herbeiführt, auch im Sinne des Gatekeepers, der uns vor zu viel Schrott aus Fernsehen und Internet schützt. Ich bin entschieden der Meinung: Wir brauchen gute, qualifizierte Tageszeitungen zur Kontrolle staatlicher und privater Machtballung. Diese Zeitungen sollen überparteilich sein, der Vernunft verpflichtet, von keiner Lobby gesteuert, und sie sollen selbstverantwortliches Handeln unterstützen: Service public also.

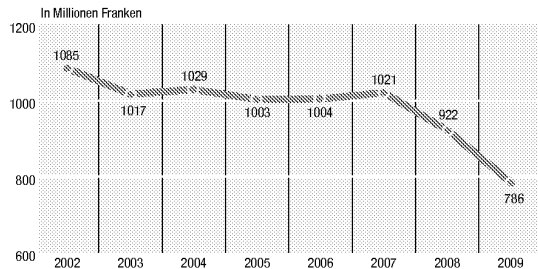
OFFENES SYSTEM. Dafür muss jemand bezahlen. Für Radio und Fernsehen geben wir einige Hundert Millionen Franken aus. Wo steht geschrieben, dass sich Service public auf elektronische Medien beschränkt? Die heutige Presseförderung verdient ihren Namen nicht. Eine offene Gesellschaft braucht ein offenes System. Also bei Nachrichten eher Open Source statt Exklusivität. Bei Recherchen vielleicht ein Ausschreibungsverfahren, für Tageszeitungen

eine Konzession, die ausgeschlossen wird und zu Gebührenbeiträgen berechtigt, so wie Lokalradio und Lokalfernsehen. Diese Konzessionen sind zu verbinden mit einem Redaktionsstatut, das Unabhängigkeit garantiert und die Meinungsmacher vor den Geldgebern schützt, wenn kritische Artikel einmal nicht auf eitel Freude stossen. Und zu den Kosten: Ich halte sie für tragbar. Wir müssen ja keine neuen Leistungen erfinden. Aber Gegenleistungen sind denkbar, zum Beispiel ein unentgeltliches, frei zugängliches Medienarchiv. Demokratie soll uns etwas wert sein. Also müssen wir auch etwas für sie tun. Die vierte Macht im Staat ist unverzichtbar.



* Mit einem Mitbericht kommentieren Regierungen und Bundesräte die Geschäfte ihrer Kollegen. Rudolf Rechsteiner (1958) ist Ökonom und war Nationalrat (BS, SP) von 1995 bis 2010.

WERBEEINNAHMEN DER TAGESZEITUNGEN IN DEN LETZTEN ACHT JAHREN



Einbussen. Die Werbeeinnahmen sind seit 2002 um 23 Prozent gesunken. Grafik: nhs