

„Der Journalismus muss mal durchatmen“

von Michael Bröcker

Chefredakteur der Rheinischen Post

Mehr Unabhängigkeit? Gerne. Selbstkritik? Sicher. Aber ein Exit von den sozialen Netzwerken? Das wäre Zukunftsverweigerung. Man überließe Ichlingen, Lobbyisten und Märchenerzählern ein wichtiges Informationsmedium. Der Journalismus muss sich entschleunigen und breiter aufstellen. Aber einmischen muss er sich schon. Fünf gute Vorsätze für 2019.

Für Zeitungen sei die Zeit abgelaufen. Schicht im Schacht. So hat es der Gesellschafts-Satiriker Harald Schmidt neulich verkündet, und seinen TV-Sechsteiler über einen Verlegersohn mit PR gewürzt. Man hätte das ignorieren können, ein ergrauter Fernsehmann, der seinen alten Kritikern mal einen mitgibt. Geschenk. Wenn aber Verlegerverbands-Präsident und Branchenprimus Mathias Döpfner uns Journalisten ins Stammbuch schreibt, wir seien zu erwartbar, zu angepasst und wir sollten uns lieber aus den sozialen Medien heraushalten, muss man das ernst nehmen. Denn recht hat er damit nicht. Zunächst: der Journalismus hat kein Relevanzproblem. Nie erreichten Redakteure mit ihren Texten, Videos und Podcasts mehr Leser, Nutzer, Zuhörer. Nie wurde über unser Tun und Wirken breiter diskutiert, gerade in den sozialen Netzwerken. Unser publizistisches Flaggschiff, die Glaubwürdigkeit, ist im digitalen Zeitalter in Seenot geraten. Aber das Wetter wird besser, die Vertrauenswerte haben sich stabilisiert. Besorgniserregend ist, dass fast 40 Prozent der Befragten in der Langzeitstudie zum Medienvertrauen der Universität Mainz meinen, dass das, was geschrieben und gesendet wird, relativ wenig mit dem zu tun hat, was sie im Alltag erleben. Dieses Missverhältnis ist das Kernproblem. Es lässt sich korrigieren. Auch mit Hilfe der sozialen Netzwerke.

Sechs gute Vorsätze für einen breiteren und besseren Journalismus.

1. Kompass statt Mission

Vergessen wir mal für einen Moment den moralisch überhöhten Begriff Haltung, der meist nur die persönliche Sichtweise desjenigen meint, der Haltung fordert. Ein innerer Kompass reicht für guten Journalismus. Ein Wertegeländer, an dem wir uns in aufgeregten Zeiten festhalten. Dazu gehört das freiheitlich-demokratische Gedankengut, das haben uns schon die Alliierten bei der Lizenzvergabe in das Fundament betonierte und der Parlamentarische Rat im Grundgesetz ausformuliert. Journalisten sind also nicht parteiisch, wenn sie für Demokratie kämpfen. Es ist schlicht unser Gründungsauftrag. Freier Journalismus ist für die Demokratie systemrelevant. Eine „neutrale“ Berichterstattung über anti-demokratische Entwicklungen kann es nicht geben. Auch müssen sich Journalisten nicht rechtfertigen, wenn sie für Minderheitenrechte, Gleichberechtigung von Mann und

Frau, die Ablehnung von Rassismus und Gewaltfreiheit als zivilisatorische Errungenschaft einsetzen. Aber das war's dann auch schon. Parteipolitische Unterstützung rechts wie links, humanitärer Idealismus à la „Offene Grenzen für alle“ oder publizistische Volkserziehung bei Klima, Ernährung, Sozialpolitik untergräbt eher das Vertrauen in die Informationsauftrag der Medien. Besser erklären, nicht besser wissen ist die Aufgabe. Mancher Politikjournalist (ich weiß, wovon ich rede), der im Akkord Urteile („Die SPD ist tot“) und hobbypsychologische Analysen („Warum Merkels Taktik gescheitert ist“) sollte mehr beobachten und weniger bestimmen wollen. Die Predigt passt auf die Kanzel, nicht in den Newsroom. Mehr Nachricht. Mehr Information. Weniger „sollte, müsste, könnte“. Der Umgang mit der AfD ist leider kein gutes Beispiel. Publizistisches Bashing ist kein wertegeliteter Journalismus, sondern oft Effekthascherei für den Applaus der Lieblingskollegen bei Twitter. Warum können viele Journalisten Gewalt gegen einen AfD-Politiker nicht einfach verurteilen, ohne das relativierende „aber“? Das Missionarische in den Zwischenzeilen ist das Problem. Soweit wir wissen, ist die AfD rechtmäßig in 17 deutsche Parlamente eingezogen. Wenn ein AfD-Politiker vorschlägt, Erzieher besser zu bezahlen, muss ich dann schreiben: „Ja, aber“? Die #Nazisraus-Kampagne ist unterkomplex. Gegen Nazis zu sein ist Allgemeingut in den Redaktionen, die ich kenne. Wir sollten die Kraft lieber in das Aufklärerische lenken. Recherchieren, aufdecken, wo Parteien, anti-demokratische Züge aufweisen. Links wie rechts. Warum hat im Land des Holocaust Rassismus überhaupt wieder eine Chance? Woher kommt das? Warum fühlen sich im Osten so viele von der Elite abgehängt und rechten Vereinfachern zugehörig? Bitte keine Argumentationsverbote. Man muss das so nicht sehen, aber die Debatte, ob eine Entzauberung der AfD durch Kooperation mittelfristig wirksamer sein könnte als Frontablehnung ist erlaubt. Teile der NRW-Linken wurden 2010 bis 2012 vom Landesverfassungsschutz beobachtet, obwohl die rot-grüne Minderheitsregierung im Landtag auch mit der Linkspartei Gesetze beschloss. Beschimpfungen haben die Wählerschaft der AfD jedenfalls bisher nicht schrumpfen lassen. Mein fünfjähriger Sohn wird erst recht bockig, wenn ich ihn anschreie, er solle sich endlich die Zähne putzen. Wenn ich ihm erkläre, wie folgenreich faule Zähne sein können, habe ich eine Chance.

Dabei ist die Sprache unsere schärfste Waffe. Wir sollten sie ohne Häme und persönliche Herabwürdigungen einsetzen. Man kann schreiben, der Politiker XY „ist selbstgerecht und eitel“. Oder man bezieht sich auf Quellen und schreibt: XY soll laut Parteifreunde nicht frei von Eitelkeit sein. Bundestagsabgeordnete auf den „Müllhaufen der Geschichte“ zu wünschen ist so armselig wie die „Entsorgung“ einer Politikerin in Anatolien. Michelle Obama hat dazu alles gesagt: „If they go low, we go high.“ Sie meinte das sprachliche Niveau. Auch das gehört zu einem Kompass.

2. Perspektivwechsel statt Mainstream

Mainstream ist nicht verwerflich. Nur weil alle sagen, dass Präsident Trump erratisch und nationalistisch agiert, ist das nicht falsch. Aber gibt es eine andere Perspektive? Wie wär's mit einem Artikel: „Wo Trumps Politik wirkt.“ Ist das Atomabkommen mit

dem Iran wirklich so alternativlos wie die EU sagt? Kann vielleicht nur einer wie Trump Nordkoreas Diktator Kim zähmen? Hat Trump die Weltkonjunktur mit seinen Steuersenkungen angekurbelt? Ist Nord Stream 2 eine Gefahr für Europa? Und natürlich: Sind Mittelmeer-Rettungsmissionen im Ergebnis human? Wie sehr korreliert die Sozialisierung junger, männlicher Zuwanderer aus muslimischen, patriarchalisch geprägten Kulturen mit Gewaltbereitschaft gegen Frauen, Juden oder Homosexuelle? Darf man das ohne den Disclaimer „Achtung: keine Verallgemeinerung“ veröffentlichen? Argumentative Ignoranz ist schädlich. Egal welche Medienstudie man zu Rate zieht, etwa zwei Drittel aller Erwachsenen wünschen sich von den Medien umfassende Information, Nachrichten auch über abweichende Positionen. Das gilt natürlich jenseits der AfD. Brauchen wir die Rückkehr zur Atomkraft, um das Klima zu retten? Ist das bedingungslose Grundeinkommen vielleicht die einzige Chance, in einer komplexen und anspruchsvollen Welt Teilhabe für jene zu schaffen, die es nicht schaffen? Eine Wirtschaftsredaktion, die stets kommentiert hat, dass Leistung nicht ohne Gegenleistung funktioniert, muss die Argumente ins Blatt heben, warum Hartz-IV-Sanktionen kontraproduktiv sein könnten. Perspektivwechsel ist eine tägliche Herausforderung. Wir scheitern daran zu oft. Dabei wissen wir doch eigentlich, dass wir Kampagnen lieber Lobbyisten überlassen sollten. Auch vermeintlich gute. Das berühmte Hajo-Friedrichs-Zitat mit der „guten Sache“ geht ja weiter. „Distanz halten.“ Die These aus dem Bauchgefühl des Chefredakteurs oder des Ressortleiters muss nicht zwangsläufig auch von der Recherche wiedergegeben werden. Der Gedanke, dass der andere Recht haben könnte, ist das Lebenselixier eines professionellen Journalismus.

3. Zuhören und einmischen

Die sozialen Netzwerke sind die Gartenpartys und Stammtische des 21. Jahrhunderts. Es wird geschimpft und gezetert, es wird gelogen, verleumdet und professionell desinformiert, aber es ist auch viel Kluges und Anregendes dabei. Wie im realen Leben auch. Und die Mitgliederzahlen wachsen. Es wäre Zukunftsverweigerung, wenn Redakteure sich dem verweigern. Im Gegenteil: Es ist wichtiger denn je, dass professionelle Journalisten mitdiskutieren, sich stellen und ihre Geschichten verbreiten. Gerade jetzt, wo sich viele in ihrer Echokammer eingegelt haben und Gerüchte für Wahrheit halten. Geprüfte Informationen sind eine kostbare, weil knappe Ware im Netz. Wir brauchen mehr davon. Und als Verleger sollte man die prominenten Autoren in dieser Welt als Markenbotschafter unterstützen. Dass viele Journalisten bei Twitter und Facebook de facto nicht privat unterwegs sind, stimmt. Aber dann muss man das eben offenlegen. Abstinenz ist keine Lösung.

Man kann sich auch engagieren, ohne zu hyperventilieren. Journalisten dürfen nicht den schnellen Applaus suchen oder ihre Timeline als Spiegel der Gesellschaft missverstehen. Das Trendthema bei Twitter ist an der Supermarktkasse unbekannt. Trotzdem findet im Netz relevanter Diskurs statt. Als die frühere CSU-Verbraucherschutzministerin Ilse Aigner 2010 mit öffentlichem Tamtam ankündigte,

ihr Facebook-Konto zu löschen, hatte das Netzwerk zehn Millionen Nutzer in Deutschland. Heute sind es 30 Millionen und Ilse Aigner ist längst zurückgekehrt. Robert Habeck wird das auch noch tun. Wir dürfen die Netzwerke nicht den Ideologen und Märchenerzählern überlassen. Was dann passieren kann, zeigt der Brexit. Die sozialen Netzwerke sind nicht schuld daran, dass man sie missbrauchen kann. Das Radio war auch nicht verantwortlich für den Siegeszug Adolf Hitlers, auch wenn er es als „Volksempfänger“ für seinen Wahn missbrauchte.

4. Hintergrund statt Hysterie

Exklusivität ist buchstäblich ein Alleinstellungsmerkmal, ein Kundenbindungsinstrument. Wer als Abonnent durch seine Zeitung früher mehr weiß, fühlt sich gut aufgehoben und ist auch ein bisschen stolz. Deswegen setzen auch wir als Rheinische Post auf Exklusivmeldungen und haben es mit einem kleinen Parlamentsbüro ganz nach vorne geschafft. Aber Glaubwürdigkeit gewinnen wir zurück, wenn wir als regionaler Lotse verlässlich und wahrhaftig sind. Und wenn wir im richtigen Moment entschleunigen. „Be first, but first be right“, heißt der legendäre Merkspruch. Die falschen Öffnungszeiten des Stadttheaters sind für uns genauso schädlich wie die Falschmeldung von der Kantholz-Attacke. Abwarten ist auch im digitalen Journalismus eine Tugend. Hätten viele Reporter Anfang 2017 dem Verfassungsgerichts-Präsidenten ein bisschen länger zugehört, wären ein halbes Dutzend falsche Eilmeldungen weniger produziert worden. Der Richter hatte die Anträge für das NPD-Verbot vorgelesen, noch nicht das Urteil. Sorgfalt vor Schnelligkeit ist also ein wichtiger Vorsatz für 2019. Denn das Vertrauen schnell zerstört werden kann, weiß jeder aus seinem privaten Umfeld. Vertrauen ist unser Zukunftsmodell. Denn die Beziehung zwischen der Zeitung und (zahlenden) Onlinenutzern können wir nur aufbauen, wenn wir keine Produktenttäuschung liefern. Der Journalismus muss auch mal durchatmen. Die Recherche, die umfassende Information, die Tiefe und Substanz, sind wichtiger als das schnelle Urteil. Davon gibt es im Netz ohnehin schon viele.

5. Auf das Handwerk besinnen!

Der letzte Vorsatz ist wohl der wichtigste. Wir müssen uns auf das besinnen, was wir mal gelernt haben. Die Standards leben. Sorgfalt, Akkuratess, Genauigkeit. Trennung von Bericht und Meinung. Wir sammeln nach bestimmten Regeln Informationen. Wir sind auf der Suche nach der „best verfügbaren Version der Wahrheit“ (Carl Bernstein), wir haben sie aber nicht gepachtet. Wir nutzen mehrere Quellen, wir sprechen mit allen Seiten. Vor allem den Betroffenen. Laut einer Studie des Journalistik-Professors Michael Haller für die Otto-Brenner-Stiftung war das in der Flüchtlingsberichterstattung eben nicht der Fall. So wurden in den Berichten Mitglieder des politischen Establishments 16-mal häufiger zitiert als Beteiligte wie Flüchtlinge, Helfer, Ehrenamtler. „Statt als neutrale Beobachter die Politik und deren Vollzugsorgane kritisch zu begleiten und nachzufragen, übernahm der

Informationsjournalismus die Sicht, auch die Losungen der politischen Elite“, diagnostizierte Haller. Nach der Kölner Silvesternacht ging es in die andere Richtung. Die Berichte über kriminelle Flüchtlinge dominierten. Es schien, als habe man etwas gut zu machen. 0 oder 1. Schwarz oder weiß, so ist das zu oft im Journalismus. Dabei ist der Graton die Realität. Wir sind Handwerker des Erzählens, keine Lyriker. Das ist auch alles, was man zum Fall Relotius sagen muss. Vielleicht werden wir dann manchmal etwas langweiliger, aber auch das ist das Leben. Wir brauchen einen Journalistenpreis für nüchterne Ausgewogenheit in der Berichterstattung, einen Meisterbrief für handwerklich saubere Arbeit. Preise für lebendige Reportagen haben wir genug.