

## Journalismus zwischen Morgen und Grauen

Von Heribert Prantl

Sind Zeitungen systemrelevant?

Zeitungen sind systemrelevant, und ich kann es beweisen. Sie sind systemrelevanter als die HRE-Bank, als die Deutsche und die Dresdner Bank. Sie sind sehr viel systemrelevanter als Opel und Arcandor. Die Süddeutsche Zeitung ist systemrelevant, die FAZ ist es, der Spiegel, die Zeit, die Welt, die Frankfurter Rundschau und die taz sind es. Viele andere sind es auch. Das System, für die sie alle relevant sind, heißt nicht Marktwirtschaft, nicht Finanzsystem und nicht Kapitalismus, sondern Demokratie. Demokratie ist eine Gemeinschaft, die ihre Zukunft miteinander gestaltet. Und die Presse in all ihren Erscheinungsformen, gedruckt, gesendet, digitalisiert, ist eine ihrer wichtigsten Gestaltungskräfte. Der Beweis für die Systemrelevanz der Presse ist 177 Jahre alt, er beginnt 1832 und er dauert bis heute. Er ergibt sich aus der Gesamtgeschichte der deutschen Demokratie.

Diese Geschichte der deutschen Demokratie beginnt 1832 auf dem Hambacher Schloss, bei der ersten deutschen Großdemonstration. Ihr Hauptorganisator war unser journalistischer Urahn Philipp Jakob Siebenpfeiffer, geboren im Revolutionsjahr 1789. Als die Regierung seine Druckerpresse versiegelte, verklagte er sie mit dem Argument: Das Versiegeln von Druckerpressen sei genauso verfassungswidrig wie das Versiegeln von Backöfen. Das ist ein wunderbarer Satz, weil darin die Erkenntnis steckt, dass Pressefreiheit das tägliche Brot ist für die Demokratie. Das ist die Hambacher-Schloss-Erkenntnis von 1832: Pressefreiheit ist das tägliche Brot für die Demokratie.

Hambach war damals, in den ersten Tagen der deutschen Demokratie, der Boden, in den die Freiheitsbäume gepflanzt wurden. Heute sind diese Freiheitsbäume gut verwurzelt, sie sind groß gewachsen, sie werden gepflegt vom Bundesverfassungsgericht in Karlsruhe. Karlsruhe ist so etwas wie das Hambach unserer Zeit. Und dieses Karlsruhe hat die Systemrelevanz der Presse in großen Urteilen bestätigt. Im Spiegel-Urteil von 1965, im Cicero-Urteil von 2007: „Eine freie, nicht von der der öffentlichen Gewalt gelenkte, keiner Zensur unterworfenen Presse“ ist ein „Wesenselement des freien Staates“. Und: Die Presse ist ein „ständiges Verbindungs- und Kontrollorgan zwischen dem Volk und seinen gewählten Vertretern in Parlament und Regierung“. Das ist nicht ganz so plastisch formuliert wie im Hambacher Schloss, bedeutet aber nichts anderes: Pressefreiheit ist das

tägliche Brot der Demokratie.

Das täglich Brot gibt uns natürlich auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk und das öffentlich-rechtliche Fernsehen, er/es ist Presse im Sinne des Gesetzes - und wird für das tägliche Brot auch gut entlohnt. Die Anerkennung der Systemrelevanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind die Rundfunkgebühren. Verglichen mit dem, was ARD, ZDF, Deutschlandfunk & Co insgesamt schon an Rundfunkgebühren erhalten haben, ist das Milliardenkonjunkturpaket für die Wirtschaft der Jahre 2008/2009 nur ein Päckchen, sind die bisherigen staatlichen Ausgaben für die HRE-Bank beinahe ein Kleinkredit. Aber für dieses Geld liefert der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht nur das täglich Brot, sondern auch allerlei Gebäck: Süßzeug, Hörnchen mit Quark und Plunder mit Frischkäse.

Sie glauben jetzt wahrscheinlich, ich hätte mit diesen Ausführungen zur Systemrelevanz der gedruckten Presse mein Plädoyer für deren Staatsfinanzierung oder Staatsunterstützung begonnen. Nein, wirklich nicht. Ich will keine Solidaritätsabgabe für die Presse, keine Staatsbürgerschaft, kein Hilfspaket und keinen Notgroschen. Den Zeitungen fehlt es gerade noch, dass es bei ihnen zugeht wie beim ZDF – dass also die politischen Parteien glauben, sie könnten sich nicht nur den Chefredakteur beim ZDF, sondern auch noch den bei der taz aussuchen. Ich will aber vor allem deswegen keine Staatsbürgerschaft, kein staatliches Hilfspaket und keinen Notgroschen für die Zeitungen, weil ich die Not der Zeitungen, über die allenthalben geklagt wird, so nicht sehe.

Ich sehe eher einen merkwürdigen journalistischen Dekadentismus, der eine Mischung ist aus Melancholie, Leichtlebigkeit, Weltschmerz und vermeintlicher Ohnmacht gegenüber Anzeigenschwund und Internet, gegenüber dem Stand und dem angeblichen unaufhaltsamen Gang der Dinge. Die angebliche Not, die angebliche Existenzkrise, ja Todesnähe der Zeitungen oder gleich gar des professionellen Journalismus, das alles gehört zu den Hysterien, die im Journalismus noch besser gedeihen als anderswo. Der Kikeriki-Journalismus, die aufgeregte Kräherei, die seit einiger Zeit unsere politische Publizistik prägt, kräht nun das eigene Ende herbei. Man schreibt sich sein eigenes fin de siècle. Man schreibt sein eigenes Produkt schlecht, so lange bis es alle glauben – selbst kluge Leute wie Jürgen Habermas und Dieter Grimm.

Der Philosoph Jürgen Habermas und Dieter Grimm, der frühere, für die Pressefreiheit zuständige Bundesverfassungsrichter, haben für eine Staatsfinanzierung von Zeitungen geworben. Sie glaubten und glauben an die existentielle Not von Zeitungen – und ihre Antwort darauf ist eine fast verzweifelte demokratische Liebeserklärung. Wir, die

Journalisten, haben sie zumeist ziemlich überheblich zurückgewiesen, nicht selten deshalb, weil eine solche Zurückweisung leichter ist, als die Phantasielosigkeit des eigenen Verlagsmanagements zu beklagen und als überzogene Renditeerwartungen der eigenen Verleger anzuprangern. Überzogene Gewinnerwartungen von Eigentümern sind kein Ausdruck von Not, sondern von Kurzsichtigkeit und Dummheit.

Es ist ja bitteschön nicht so, dass die Zeitungen in Deutschland rote Zahlen schreiben, es ist nicht so, dass sie seit Jahren in der Verlustzone drucken. Sie machen nur nicht mehr so hohe Gewinne wie zuvor. Das kommt in den besten Unternehmen vor, auch in den Unternehmen, für die es kein spezielles Grundrecht gibt. Die Verlage nutzen aber die angebliche Not für überzogene Notwehr. Viele der sogenannten Restrukturierungsmaßnahmen und Kündigungswellen in deutschen Medienhäusern sind Putativnotwehrexzesse – die zugleich, und das ist das wirklich Tragische, die Basis für künftiges Gedeihen der Presseunternehmen gefährden.

Die deutschen Zeitungen brauchen kein Staatsgeld. Sie brauchen aber Journalisten und Verleger die ihre Arbeit ordentlich machen. Sie brauchen Journalisten, die neugierig, unbequem, urteilskräftig, selbstkritisch und integer sind. Sie brauchen Verleger, die einen solchen Journalismus schätzen, die also von ihren Zeitungen mehr wollen als Geld, die stolz sind darauf, dass sie Verleger sind; und denen dieser Stolz mehr bedeutet als ein oder zwei Prozent mehr Gewinn.

Die deutsche Publizistik hat sich von der US-Zeitungsdepression lustvoll anstecken lassen. Man tut so, als sei es gottgegeben, dass der „state of play“ in den USA auch der „Stand der Dinge“ in Deutschland ist. Man sieht das amerikanische Zeitungssterben, übersieht zugleich, dass immer noch erstaunliche 50 Prozent aller erwachsenen Amerikaner täglich eine Zeitung aufschlagen. Gleichwohl gibt es die US-Krise natürlich. Lange bevor sich im Herbst 2008 die Banken- und Finanzkrise zuspitzte, steckten 19 der 50 größten US-Zeitungen in roten Zahlen. Wenn es einem Wirtschaftszweig in den USA heute noch schlechter geht als den Banken, dann sind das die Tageszeitungen. Stephan Russ-Mohl, der Journalistik-Professor in Lugano, vermeldet, was die Medienunternehmen mit den Finanzjongleuren von der Wall Street gemein haben: „Es ist noch nicht allzu lange her, da gab es nur eine einzige Branche, in der sich mit dem eingesetzten Geld noch mehr Geld verdienen ließ (als mit Banken und Zeitungen): (mit) Spielcasinos.“

Banken, Zeitungen, Spielcasinos: Das sollte den Blick darauf lenken, was zur US-Zeitungsdepression geführt hat. Es war vor allem die Geldsucht. Das US-Zeitungswesen ist jener Wall-Street-Theorie zum Opfer, wonach man Profite dadurch maximiert, in dem

man das Produkt minimiert.

Die US-Zeitungen sind an die Börse gegangen und dann an der Börse heruntergewirtschaftet worden. Der Wert der Zeitungen wurde von der Wertschätzung nicht der Leser, sondern der Aktionäre abhängig gemacht. Überall und ständig wurde von den Zeitungen gefordert, ihren Aktienwert zu verbessern. Deswegen gab es Kahlschlag-Sanierungen, Korrespondentennetze wurden zerschnitten, Büros geschlossen, Redaktionen kastriert, die Druckkosten zu Lasten der gedruckten Inhalte gesenkt. An immer mehr Zeitungen haben die Investmentfonds wesentliche Aktienanteile gehalten. Dass Fondsmanager kein Interesse am Zeitungsmachen haben, liegt auf der Hand. Das war und ist der eine Grund für die US-Zeitungsmissere. Der andere hat vielleicht auch mit diesem einen zu tun: Die US-Zeitungen haben in der Bush-Ära fast komplett versagt.

In Washington hat sich – so konstatiert der Pulitzer-Preisträger Russell Baker – „das renommierte Corps der Hauptstadtkorrespondenten mit Lügen abspeisen und zur Hilfstruppe einer Clique neokonservativer Verschwörer machen lassen“. Die Blogs waren daher nichts anderes als eine demokratische Not- und Selbsthilfe. Blogger haben die kritischen Analysen und Kommentare gegen Bush und den Irak-Krieg lesen, die man in den Zeitungen nicht lesen konnte. Ein guter Journalismus muss wegen der Blogger nicht Heulen und Zähneklappern kriegen: Er kann dem Blog dankbar sein, wenn und weil er seine Lücken substituiert und seine Fehler aufzeigt.

Man kann viel lernen aus der US-Zeitungsdepression. Vor allem, was man tun muss, um nicht in eine solche Depression zu geraten. Da muss man einiges tun: Vielleicht muss zu allererst an die Stelle von Larmoyanz wieder Leidenschaft treten. Ein leidenschaftlicher Journalismus nähme die Manipulationen der Presse durch die Bahn AG nicht so gleichgültig hin, wie dies geschieht. Da müsste es einen Aufschrei geben. Aber vielleicht geniert man sich ja, erstens weil man diese Manipulationen mit sich hat machen lassen und weil diese zweitens nicht von der Presse, sondern von der Privatorganisation „Lobby-Control“ aufgedeckt wurden

Und überhaupt: Die Blogs, das Internet. Ich weiß nicht, warum man sich als Zeitungsmensch vor der digitalen „Huffington Post“ fürchten soll. Sie macht das, was eine gute deutsche Zeitung auch macht: ordentlichen Journalismus. Man sollte endlich damit aufhören, Gegensätze zu konstruieren, die es nicht gibt – hie Zeitung und klassischer Journalismus, da Blog mit einem angeblich unklassischen Journalismus. Man sollte damit aufhören, mit ökonomischem Neid auf die Blogs zu schauen. Mit und in den Blogs wird

sehr viel weniger Geld gemacht als mit den Zeitungen. Man sollte auch aufhören mit dem Gerede, dass der „klassische“ Journalismus in einem Bermuda-Dreieck verschwinde. Der gute klassische ist kein anderer Journalismus als der gute digitale Journalismus. Die Grundlinien laufen quer durch diese Raster und Cluster: Es gibt guten und schlechten Journalismus, in allen Medien. So einfach ist das.

Guter Journalismus hat gute, er hat große Zeiten vor sich: Noch nie hatten Journalisten ein größeres Publikum als nach der digitalen Revolution. Noch nie war Journalismus weltweit zugänglich. Und es gab wohl noch nie so viel Bedürfnis nach einem orientierenden, aufklärenden, einordnenden und verlässlichen Journalismus wie heute.

Es ist doch so: Die Ausweitung des wissbaren Wissen durch das Netz (der Philosoph Martin Bauer nennt es die horizontale Erweiterung des Wissens) wird auf Kosten ihrer Vertiefung erwirtschaftet (also, nach Bauer, ihrer Vertikalisierung). Kurz: Die Datenmenge nimmt zu, aber die Datenverarbeitung bleibt aus. Da kommt dem Journalismus eine neue Aufgabe zu: Gegen Datentrash hilft nur Reflektion und Hintergrundbildung. Daher muss der Print-Journalismus auf die Medienrevolution auch mit der Erfindung neuer „Formate“ reagieren, in denen er eine Aschenputtel-Aufgabe wahrnimmt: Die guten ins Töpfchen, die schlechten ins Kröpfchen. Die Töpfchen – das sind die neuen Formate, in denen die Datenmenge des Web sortiert und bewertet wird.

Der Amateur-Journalismus, der in den Blogs Blüten treibt, ist kein Anlass für professionellen Griesgram. Dieser Amateur-Journalismus bietet doch Chancen für eine fruchtbare Zusammenarbeit. Er ist ein demokratischer Gewinn. Mich erinnern diese Blogger an die bürgerlichen Revolutionäre von 1848/49, mich erinnert die Kommunikationsrevolution heute an die vor 150 Jahren.

Die Revolution von 1848/49 war auch eine Kommunikationsrevolution. Die Zahl der deutschsprachigen Tageszeitungen verdoppelte sich damals fast, von 940 im Jahr 1847 auf 1700 zwei Jahre später. In Paris stieg die Auflage aller Zeitungen von 50 000 vor der Revolution auf 400 000 im Mai 1848, als man in Paris 171 Zeitungen zählte. Eine der Haupttätigkeiten der unglaublich vielen politischen Vereine, die damals gegründet wurden, bestand darin, aus Zeitungen vorzulesen und sie gemeinsam zu bearbeiten.

Durch die explosionsartige Ausbreitung der Presse und durch das neue Verkehrsmittel Eisenbahn entstand ein neuer, größerer Erfahrungsraum. In Deutschland wurde auf diese Weise die Intellektuellen-Idee eines gemeinsamen deutschen Vaterlandes zu einer

erfahrbaren Realität. Kurz: Das Revolutionsjahr 1848 steht für einen politischen Lernprozess, der hunderttausende von Menschen einbezog und ihnen Möglichkeiten zur politischen Partizipation gab. 150 Jahre später bietet die digitale Revolution diese Möglichkeit wieder, in nie gekannter Dimension.

Anders gesagt: Blogs sind „mehr Demokratie“, bei allen Unwägbarkeiten. Blogs bergen die Chance zu einer neuen bürgerlichen Revolution. Soll da wirklich der professionelle Journalismus die Nase hochziehen, so wie es vor 150 Jahren die etablierten fürstlichen Herrschaften und die monarchischen Potentaten getan haben?

Vielleicht sollten wir in Deutschland einfach nicht mehr so viel von Pressefreiheit reden, sondern sie einfach praktizieren. Zu viel Weihrauch, sagt das Sprichwort, rußt den Heiligen. Was für einen Heiligen gilt, kann auch für ein Grundrecht gelten: In den Weihrauchschwaden ritualisierter Lobpreisungen erkennt man es kaum mehr, es verliert sein Gesicht. Dem Gesetzgeber gilt die Pressefreiheit ohnehin als Gedöns-Grundrecht. Es gehört zu dem glänzenden Tand, den man sich besonderen Tagen, etwa zum Grundgesetz-Jubiläum, aufhängt – so wie das ein eine deutsche Familie mit dem Weihnachtsschmuck am 24. Dezember macht. Nach dem Fest räumt man das Zeug wieder weg.

Im gesetzgeberischen Alltag spielt die Pressefreiheit keine Rolle, siehe zuletzt das BKA-Gesetz, siehe die Vorratsdatenspeicherung, siehe die Gesetze zur Überwachung der Telekommunikation. Journalisten-Telefone werden überwacht, die Telefonnummern werden gespeichert, die Journalisten-Computer können durchsucht werden – gerade so, als gäbe es keinen Schutz der Vertraulichkeit, als gäbe es kein Redaktionsgeheimnis. Was hilft das in der Strafprozessordnung verankerte Zeugnisverweigerungsrecht, was hilft es dem Journalisten, wenn er die Auskunft darüber verweigern darf, wer ihm bestimmte Informationen gegeben hat – wenn der Staat das durch Computerdurchsuchung oder Telefonüberwachung ohne weiteres herausbekommen kann?

Die Pressefreiheit muss, so ist es leider seit längerer Zeit, beiseite springen, wenn der Staat mit Blaulicht, also mit Sicherheitsinteressen, daherkommt. Der Gesetzgeber hat es sich angewöhnt, Pressefreiheit gering zu schätzen. Ich frage mich freilich, ob es sich nicht auch der Journalismus angewöhnt hat, sich selber gering zu schätzen. Geht nicht womöglich von der Presse selbst mehr Gefahr für die Pressefreiheit aus, als vom Gesetzgeber? Ich glaube ja: Die wirklich große Gefahr für den Journalismus hierzulande geht vom Journalismus, von den Medien selbst aus – von einem Journalismus, der den

Journalismus verachtet; von Verlegern, die ihn aus echten oder vermeintlichen Sparzwängen kaputtmachen, von Medienunternehmern, die den Journalismus auf den Altar des Anzeigen- und Werbemarktes legen.

Vielleicht liegt es an meiner Regensburger Vergangenheit, dass mir an dieser Stelle ein Spruch des verstorbenen Regensburger Fürsten von Thurn und Taxis einfällt. Der hat einmal über das fürstliche Vermögen gesagt: Es sei so groß, dass man es nicht versaufen, verfressen oder verhuren könne – man könne es nur verdummen. Manchmal habe ich das Gefühl, dass es mit dem geistigen und ökonomischen Vermögen, das in großen deutschen Zeitungen steckt, auch so ist.

Im Tagungsthema steht das Wort „Morgen“. Wie wird der Journalismus morgen aussehen? Wer über die Zukunft reden will, muss die Vergangenheit kennen. Ich habe eingangs unseren Urahn Philipp Jakob Siebenpfeiffer erwähnt, weil er am Beginn einer Reihe von großen Journalisten steht. In der Weimarer Republik hießen die Siebenpfeiffers Kurt Tucholsky und Carl von Ossietzky, in der Bundesrepublik hießen sie Henri Nannen und Rudolf Augstein; auch Axel Springer – bei allen Differenzen und Unterschieden wussten sie, dass der Journalismus eine Aufgabe hat, die über das Geldverdienen hinausgeht.

Ich rede gerne von diesen großen Namen des Journalismus – weil sie nicht nur für die Vergangenheit, sondern auch für die Zukunft des Journalismus stehen. Es ist wichtig, dass die jungen Kollegen in den Journalistenschulen nicht nur lernen, wie der „Crossover-Journalismus“ funktioniert, dass sie nicht nur lernen, wie man effektiv und schnell schreibt und produziert, sondern dass sie auch erfahren, dass es journalistische Vorbilder gibt, große Vorbilder – und warum sie sind und wie sie es wurden. Warum? Weil sie nicht nur wunderbare journalistische Handwerker waren, weil sie nicht nur kluge Verleger waren – sondern weil sie eine Haltung hatten.

Haltung: Das Wort ist aus der Mode gekommen. Haltung heißt: für etwas einstehen, Haltung heißt: Sich nicht verbiegen lassen, nicht von kurzfristigen Moden, nicht von unrealistischen Renditeerwartungen, nicht von Bilanzen. Ich bin davon überzeugt: Wenn die journalistische Bilanz der Zeitung, eines Medienunternehmens stimmt, dann stimmt langfristig auch die ökonomische. Zur angemessenen journalistischen Haltung heute gehört auch, sich gemeinsam zu überlegen, wie man auf „kreative“ Weise sparen kann. Das heißt: Wir müssen uns darüber klar werden, was eine Presse braucht, die ihre Freiheit gegen die Ökonomisierung von Nachrichten- und Medienmärkten politisch verteidigen will.

Noch einmal: Vielleicht sollten wir von Pressefreiheit weniger reden, sie dafür aber mehr praktizieren – das gilt für Verlage und Redaktionen. Ich nenne ausdrücklich beide: Verlage und Redaktionen. Sie beide müssen in ihrer Arbeit, nicht durch wohlfeile Resolutionen an den Gesetzgeber, zeigen, was Pressefreiheit ist und was sie ihnen wert ist. Schlimmer als Cicero-Razzien, als Vorratsdatenspeicherung und Online-Durchsuchung sind geistige Zwangsjacken, die sich der Journalismus selber anzieht, schlimmer sind die Kastrations-Aktionen, welche Verleger in den Redaktionen exekutieren. Pressefreiheit ist nicht die Freiheit, Redaktionen auszupressen. Pressefreiheit ist auch nicht die Freiheit, sie durch redaktionelle Zeitarbeitsbüros zu ersetzen, als gelte es, ein Call-Center eine Weile am Laufen zu halten. Pressefreiheit ist nicht die Freiheit der Heuschrecken, sondern die Freiheit verantwortungsbewusster Journalisten und Verleger. Heuschrecken fressen alles, auch die Pressefreiheit. Manchmal tarnen sich Heuschrecken auch als brave Käfer.

Journalistische Arbeit kann man nicht einfach in PR-Büros, lobbyfinanzierte Werbeagenturen und Schreibbüros auslagern. Genau das geschieht aber: Es besteht wie noch nie seit 1945 die akute Gefahr, dass der deutsche Journalismus verflacht und verdummt, weil der Renditedruck steigt; weil an die Stelle von sach- und fachkundigen, nicht von Interessengruppen bezahlten Journalisten immer öfter von Produktionsassistenten für Multimedia gesetzt werden, wieselflinke Generalisten, die von allem wenig und von nichts richtig etwas verstehen. Aus dem Beruf, der heute Journalist heißt, wird dann ein multifunktionaler Verfüller von Zeitungs- und Webseiten. Solche Verfüllungstechnik ist allerdings nicht die demokratische Kulturleistung, zu deren Schutz es das Grundrecht der Pressefreiheit gibt.

Der Presse ist die Freiheit garantiert. Presse sind Journalisten, Verleger, Medienunternehmen. Die Pressefreiheit könnte entfallen, wenn diese Freiheit als Freiheit ohne Verantwortung missverstanden wird – und: Wenn Medienunternehmen sich nur noch als Renditeunternehmen wie jedes andere auch verstehen. Manager, die glauben, die Herstellung von Druckwerken sei nichts anderes als die Herstellung von Plastikfolien, täuschen sich. Für die Hersteller von Plastikfolien gibt es kein eigenes Grundrecht. Es hat einen Grund, warum es das Grundrecht der Pressefreiheit gibt: Pressefreiheit ist Voraussetzung dafür, dass Demokratie funktioniert. Wird dieser Grundsatz nicht mehr geachtet, wird das Grundrecht grundlos. Dann verlieren Zeitungen wirklich ihre Zukunft.

Es gibt immer mehr Leute, die schon die Todesanzeigen für die Zeitung entwerfen: „Geboren 1603 in Straßburg/Elsass, gestorben 2020. Wir werden der Zeitung ein ehrendes Andenken bewahren.“ Diese Beerdigungsredner reden allerdings nicht von der

Zusammenlegung von Redaktionen, auch nicht von entlassenen Redakteuren und nicht vom Outsourcing – sondern vom Internet. Seitdem der amerikanische Publizist Philip Meyer im Jahr 2004 ein Buch mit dem Titel „The Vanishing Newspaper“ veröffentlicht, also das Verschwinden der Tageszeitung angekündigt hat, hören sich die Podiumsdiskussionen auf Medientagen über das Internet so an wie Vorbereitungen zur Beerdigung der Zeitungen.

Für derlei Überlegungen ist es aber erstens ein bisschen früh, denn selbst Professor Meyer hat den Tod der Tageszeitung erst für das Jahr 2043 vorhergesagt. Zweitens könnte es sich mit Meyers Prophezeiungen so verhalten wie mit denen seines Kollegen Francis Fukuyama, der 2002, als das östliche Imperium und der Staatskommunismus zusammengebrochen waren, das „Ende der Geschichte“ ausgerufen hat. Die Geschichte mochte sich dann nicht daran halten.

Aber es gibt den von mir schon beschriebenen Ehrgeiz, das Zeitungssterben und die von Meyer berechnete Mortalität zu beschleunigen. Zuletzt hat sich in Deutschland David Montgomery bemüht, der „Berliner Zeitung“ den Journalismus auszutreiben und aus der Zeitung eine Benutzeroberfläche zu machen, auf der immer weniger von dem platziert wird, was Geld kostet (nämlich gute Artikel), aber immer mehr von dem, was Geld bringt (nämlich Werbung und Product-Placement). Das Muster kennt man, wie schon erwähnt, aus den USA: Journalisten werden entlassen, Korrespondenten eingespart, Redaktionen aufgelöst, eigene Texte durch solche von Agenturen ersetzt oder billig eingekauft. Die Chefredaktion verwandelt sich in eine Geschäftsführung. Geist mutiert in Geistlosigkeit. Man spart, bis die Leser gehen. Es ist wie eine absonderliche Version des Märchens vom Rumpelstilzchen: Es wird – aus Geldsucht und Unverstand – Gold zu Stroh gesponnen. Bei der Berliner Zeitung hat sich das Blatt nun hoffentlich zum wieder Besseren gewendet. Aber ich fürchte: Montgomery ist zwar weg, aber sein Beispiel macht Schule.

Die gute Zukunft der Zeitung sieht anders aus: Die Tageszeitung muss sich, sie wird sich verändern – sehr viel mehr, als die Konkurrenz von Rundfunk und Fernsehen sie verändert hat. Der Inhalt der Zeitung wird ein anderer sein, als man es bisher gewohnt war, aber sie wird immer noch und erst recht Zeitung sein: Und die Texte, die dort stehen, werden Nachrichten im Ursinne sein müssen – Texte zum Sich-danach-Richten. Es wird auch Texte und Formate geben müssen, die den Datentrash des Internet sortieren, ordnen und bewerten. Das kriegt man nicht umsonst, das kostet. Aber ich glaube, dass sich viele Zeitungsleser das auch etwas kosten lassen werden – und dass es User geben wird, die genau deswegen zur Zeitung finden werden.

Gegen Datentrash hilft, wie gesagt, nur Reflektion und Hintergrundbildung. Das muss die Zeitung bieten. Mit einem allmählich verdummenden Journalismus kann man das aber nicht leisten. Ein Billigjournalismus ist zum Wegwerfen, nicht zum Lesen. Wenn sich eine Zeitung an Anzeigenblättern orientiert, ist sie keine Zeitung mehr, sondern eben ein Anzeigenblatt, das nicht einmal mehr ausreichend Anzeigen kriegt.

Weil der Journalismus kein Billigjournalismus sein darf, kann es auch nicht mehr lang gut gehen, dass Zeitungen ihre wichtigsten Stücke im Internet verschenken. Das ist eine, im Wortsinn, Selbstpreisgabe. Es wird sehr schnell ein Kurswechsel stattfinden müssen – hin zu einem ganz einfach, simplen, gut praktikablen System des Micro-Payment pro Artikel. Den Appetizer gibt es dann umsonst, das Hauptgericht kostet ein paar Cent. Click and buy: Das bringt niemanden um, das macht aber die Zeitungen stärker.

Ansonsten hätte ich nichts dagegen, wenn das Stiftungswesen, das sich in Deutschland erfreulicherweise sehr im Aufschwung befindet, sich auch der einen oder anderen Zeitung annähme: Das Zeitungswesen könnte ein wenig Mäzenatentum durchaus vertagen. Eine Zeitungsstiftung ist ein wahre Gemeinwohl-Stiftung. Das FAZ-Stiftungsmodell – die Fazit-Stiftung verteidigt seit Jahrzehnten die finanzielle und redaktionelle Unabhängigkeit der Frankfurter Allgemeinen Zeitung – müsste doch Nachahmer locken können. Es gibt ja nicht wenige kluge und verantwortungsbewusste Milliardäre in Deutschland.

Das Internet, das Internet. Viele Zeitungsleute reden darüber wie von einem neuen Hunneneinfall. Die Hunnen kamen vor 1500 Jahren aus dem Nichts, schlugen alles kurz und klein (und verschwanden hundert Jahre später wieder). Das Internet schlägt gar nichts kurz und klein. Das ist doch auch die Lehre aus jeder mediengeschichtlichen Revolution: Kein neues Medium hat je die alten Medien verdrängt. Es kommt zu Koexistenzen. Das Internet ersetzt nicht gute Redakteure, es macht gute Journalisten nicht überflüssig; im Gegenteil: es macht sie noch wichtiger als bisher.

Und es wird weiterhin und mehr denn je gelten: Autorität kommt von Autor und Qualität kommt von Qual. Dieser Qualitäts-Satz Satz hängt zwar in der Hamburger Journalistenschule, aber er gilt nicht nur für Journalistenschüler. Er meint nicht, dass man die Leser und User mit dümmlichem, oberflächlichem Journalismus quälen soll. Qualität kommt von Qual: Dieser Satz verlangt von Journalisten in allen Medien, auch im Internet, dass sie sich quälen, das Beste zu leisten – und er verlangt von den Verlegern, dass sie die Journalisten in die Lage versetzen, das Beste leisten zu können. Dann hat Journalismus eine glänzende Zukunft.

Bleiben wir beim Morgengrauen. Morgengrauen ist der beginnende Übergang zwischen Nacht und Tag. Wenn wir den Journalismus in diesem Übergang verorten könnten – dann könnten wir sehr glücklich sein. Wenn die Nacht zu Ende geht, hat man die Chance, aus

dem Tag etwas Gescheites zu machen.

Dr. Heribert Prantl leitet die innenpolitische Redaktion der Süddeutschen Zeitung