

Das große Zeitungssterben

Die Insolvenz der „Frankfurter Rundschau“ und die Einstellung der „Financial Times Deutschland“ wie auch die kritische Lage etlicher der noch verbliebenen überregionalen Tageszeitungen haben eine intensive Debatte über die Zukunft des Printjournalismus ausgelöst. Dieser für die Öffentlichkeit in der Demokratie entscheidenden Frage widmen sich die folgenden drei Beiträge aus je unterschiedlicher Perspektive. – D. Red.

Reinhard Blomert

Die gefährdete Demokratie

Zeitungsbetriebe sind kostspielige Unternehmen. Dreistellige Millionenbeträge liegen fest, das Kapitel muss nach einer bestimmten Zeit refinanziert werden und Erträge bringen – denn Zeitungen sind auch kommerzielle Unternehmungen. Deshalb sind Tageszeitungen in hohem Maße abhängig von ihren Werbeeinnahmen. Diese liegen insgesamt bei 17,8 Prozent des gesamten Deutschlandbudgets der Werbebranche. Doch wegen der konjunkturellen Schwankungen der letzten Jahre haben die Werbetreibenden Gelder zurückgehalten, wobei die gedruckten Medien besonders stark unter dieser Zurückhaltung leiden.¹ Ihr Werbeetat liegt deutlich oberhalb der 6,9 Prozent der Ausgaben, die die Firmen für den Rundfunk auszugeben bereit sind, aber weit unterhalb der 40,2 Prozent, die das Fernsehen für Werbung erhält.

Die eigentliche neue Konkurrenz der Zeitungen besteht jedoch gegenüber dem Internet. Dieses hat mit 19,8 Prozent das Werbebudget für Zeitungen inzwischen überholt: Im Jahre 2012 zogen Internetfirmen für 88,57 Mrd. Euro Werbungseinnahmen an sich, wobei die Hälfte an die Firma Google ging. Insgesamt wird der digitale Werbemarkt im Gegensatz zur ausdifferenzierteren Zeitungslandschaft nur von einer Handvoll US-amerikanischer Unternehmen bestimmt, die „selbst gar keine Inhalte produzieren“ (Lortz). Neben Google streichen Facebook, Yahoo, Microsoft und AOL inzwischen zweistellige Milliardenbeträge vom Werbeetat deutscher Firmen ein, was die Printmedien in eine existenzielle Krise geführt hat.

1 So Frank-Peter Lortz, Deutschland-Chef von Optimedia in: „Financial Times Deutschland“ (FTD), 3.12.2012.

Ein Geschäftsmodell der Zeitungen für das Internet aber ist noch nicht erfunden, sie schreiben hier nur Verluste. Die Kostenvorteile der Suchmaschinen sind unübersehbar: Die meisten Kosten für die Verbreitung werden von den Lesern selbst und vom Staat getragen, die Inhalte werden aus fremden Informationsquellen übernommen und lediglich vermittelt, und neben den Einnahmen aus der Werbung kommen lukrative Suchaufträge hinzu, vielfach an Abnehmer, auf die die Zeitungen aus berufsethischen Gründen nicht zurückgreifen können: an Regierungen, Geheimdienste und Polizei.

Brauchen wir aber heute überhaupt noch Tageszeitungen? Allein diese Frage zu stellen, zeugt bereits von Gedankenschwäche: Bis heute sind die Tageszeitungen *der Ort* der öffentlichen Debatte, sie sind, pathetisch gesprochen, die *agora*, die zur Meinungsbildung beiträgt, und von der die Internetfirmen nur die *snippets* aufnehmen. Denn das Internet bildet bis heute keinerlei organisiertes Forum, das sich mit dem Status von Tageszeitungen vergleichen ließe.

Die Bedeutung der Vierten Gewalt

Trotzdem lassen es sich die Regierungen Europas und die EU-Kommission seit Jahren angelegen sein, die ebenfalls ausgesprochen kostspielige Infrastruktur für das Internet zu bezahlen oder zu fördern, bieten sie Milliarden an Steuergeldern auf für die Finanzierung der Ausstattung von öffentlichen Einrichtungen mit EDV-Anlagen, EDV-Verbindungen, bezahlen Lehrgänge, Büroausstattungen, Programme, EDV-Personal in Verwaltungen, Schulen, Universitäten und sogar Kindergärten. Der Energieverbrauch für das Internet weist enorme Steigerungen auf, jeder Suchvorgang, ja bei manchem Anbieter sogar jede private Email wird von einer lästigen Werbung gefolgt. Dabei zahlen die großen Internetfirmen selbst kaum Steuern: Unlängst hat das britische Finanzamt erstmals eine Klage gegen Google eingereicht, weil der Konzern zwar in Großbritannien hohe Gewinne mache, aber weniger als fünf Prozent Steuern bezahlt.

Es ist jedoch nicht das Internet, sondern nach wie vor die Presse, die Vierte Gewalt, die den Wähler unterrichtet und anleitet, die die Politik kontrolliert – durch ihre Redakteurinnen und Redakteure, ihre Korrespondentennetze, ihre Gastautoren, kurz: durch die Reichweite und Auswahl von Informationen und durch ihre Kommentierung, und zwar weit ausgiebiger und tiefer, als es das Fernsehen vermag (das ohnehin von seiner visuellen Qualität her stärker emotionale Belange beliefert). Von der Tagespresse lebt die Auseinandersetzung, leben die Talkshows und die Blogs; von dort werden Themen und Meinungen vorgegeben, die der demokratischen Gesellschaft den Diskussionsstoff liefern.

Die Presse stellt zugleich Basismaterial für die Unterrichtung von Politik und Wissenschaft bereit. Auch wenn es eine große Zahl von Radio- und Fernsehsendungen gibt, in denen Informationen geliefert und vertieft werden, ist die Presse nach wie vor der umfangreichste Berichterstatter der Republik –

kein Blog mit Meinungsäußerung und keine Fernsehsendung kann mit der Zeitung hier konkurrieren. Von daher benötigt die Demokratie die Presse wie der Fisch das Wasser.

Die Insolvenz der „Frankfurter Rundschau“ ist deshalb ein Warnsignal: Das Überleben eines der Blätter der Republik, das zu ihren profiliertesten gehört, hängt am seidenen Faden, dem Gefüge der deutschen Presselandschaft droht damit eine schwer ausgleichbare Einbuße. Es handelt sich hier nicht um einen einfachen Konzentrationsprozess, wie er die Geschichte der Bundesrepublik mit dem Sterben vieler lokaler Zeitungen prägte, sondern um das Problem der schwindenden Werbeinnahmen und schwindenden Abonnementszahlen. Die Frage ist daher nicht, ob das Internet die Aufgaben einer Zeitung übernehmen kann – das kann es zweifellos nicht! – sondern ob sich unsere Demokratie ein Zeitungssterben erlauben kann. Anders ausgedrückt: Warum gibt es keine staatliche Unterstützung für die Presse?

Der Staat ist gefordert

Steuergelder gehen in die öffentlichen Verwaltungen, in die Regierung und in den Bundestag, in die Justiz und in die Wissenschaften, in die Bildung und in den öffentlichen Verkehr. Selbst die Parteienfinanzierung und die Finanzierung der Parteistiftungen ist durch Steuergelder abgesichert. Auch die geplante Erhebung von Gebühren für Radio und Fernsehen von jedem Haushalt ab dem kommenden Jahr entspricht einer Steuerfinanzierung, da es sich im strengen Sinne nicht um Gebühren handelt.

Gebühren dürfen nur, das haben viele Gerichtsurteile festgestellt – zuletzt ein Berliner Verwaltungsgericht, das über Studiengebühren zu befinden hatte – für den konkreten Verwaltungsakt erhoben werden. Sie dürfen sich also nicht auf weitere allgemeine Dienste beziehen, die von den Betroffenen unter Umständen gar nicht in Anspruch genommen werden. Es wird also sicherlich zu Klagen gegen die Fernseh- und Rundfunkgebühr kommen, die bis zum EuGH gehen dürften, zumal die EU-Kommission, deren Auftrag sich bekanntlich nicht auf den Aufbau und die Erhaltung der Demokratien erstreckt, sondern nur auf die „vier Freiheiten“ des grenzüberschreitenden Verkehrs von Waren, Dienstleistungen, Arbeit und Kapital, in der öffentlichen Förderung des Fernsehens fälschlich eine „Wettbewerbsverzerrung“ zu sehen geneigt ist. Doch es geht nicht um Wettbewerb, sondern um Inhalte. Und aus dieser Sicht ist die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens zweifellos ein wesentliches Element für die Qualität auch der demokratisch-politischen Landschaft in Deutschland, mag man auch noch so sehr die eine oder andere Annäherung an das seichte Privatfernsehen kritisieren.

Auch bei den Tageszeitungen unterscheiden wir sinnvollerweise zwischen den seriösen Blättern und denen der *Yellow Press*, die ganz bewusst lediglich Bauchgefühle bedienen und eine bloß „instinktive“ Vermittlung von Informationen bieten, also den Unterschied zwischen Meinung und Faktenvermittlung bewusst vermischen. Was den Unterschied ausmacht, zeigt der Nieder-

gang der Londoner „Times“, die 1981 von Rupert Murdoch gekauft wurde: Heute spricht niemand mehr von dem einstigen Flaggschiff der Weltpresse, und außerhalb Englands wird nur noch der „Guardian“ aus Manchester erwähnt, der allerdings auf einer Stiftung beruht.

Noch gibt es in Deutschland den Beruf des Journalisten mit einer eigenen professionellen Berufsehre. Doch dieses Ethos ist gefährdet – nicht durch staatliche Zensur, sondern durch wirtschaftlichen Druck. Der Satz von Karl Marx, dass die Presse erst frei ist, wenn sie kein Gewerbe mehr ist, trifft noch immer zu. In Frankreich finanziert deshalb der Staat die Distribution der Zeitungen, und in Italien hat die Regierung allen durch ein bestimmtes Verfahren berechtigten Zeitungen Subventionen gezahlt – darunter sogar dem kommunistischen „Manifesto“ –, um die Demokratie zu stützen. Bis zur Regierungsübernahme durch den EU-Kommissar Mario Monti: Monti hat diese Subventionen zusammengestrichen – weil die EU-Kommission der Meinung ist, Zeitungen seien ein Gewerbe.

Wenn jedoch Blätter wie die FR und die FTD den Marktstress nicht mehr aushalten, dann gerät das Grundrecht der Informationsfreiheit (Art. 5 GG) ernsthaft in Gefahr. Deshalb ist heute die Politik gefragt: Regierungen, die aus Angst vor einem chaotischen Zusammenbruch Banken und Autokonzernen großzügig Hilfe leisten, sollten umso mehr bereit sein, den geistigen Absturz zu verhindern. Wollen wir uns nicht auf eine Zukunft einstellen, in der Analphabetismus und Desinformation die politische Willensbildung beherrschen, dann dürfen wir die lebendigen Quellen der demokratischen Gesellschaft nicht austrocknen lassen.

Daniel Leisegang

Die Rückkehr des Journalismus

Mit der Zeitungskrise scheint die Erkenntnis einher zu gehen, dass man mit Journalismus kein Geld mehr verdienen kann. Schon seit langem befindet sich die verkaufte Gesamtauflage bundesdeutscher Tageszeitungen im Sinkflug. Es bedarf daher keiner hellseherischen Fähigkeiten, um vorherzusagen, dass in den kommenden Monaten weitere Tageszeitungen ihren Vertrieb einstellen werden. Dass journalistische Angebote jedoch auch erfolgreich sein können – zumal im Internet –, zeigt ein Blick auf die renommierte „New York Times“. Sie hat bereits 2011 ein Bezahlmodell für ihr digitales Angebot eingeführt. Nur ein Jahr danach verkauft die NYT bereits durchschnittlich mehr digitale als gedruckte Ausgaben. Haben wir es also möglicherweise gar nicht in erster Linie mit einer Krise der Zeitungen, sondern vielmehr mit einer Krise des Journalismus zu tun? Was aber bedeutet dies für die Verlage?