

# LEBENDIGER JOURNALISMUS AUS DEM MEDIALEN KORALLENRIFF

Warum der Qualitätsjournalismus neue Strukturen braucht

Eine freie Gesellschaft braucht eine freie Presse. Doch der unabhängige Qualitätsjournalismus steht von vielen Seiten unter Druck. Gründungen wie die RiffReporter versuchen, Recherchen auf neue Weise zu finanzieren und UnterstützerInnen-Communities um wichtige Themen aufzubauen.

Im digitalen Sichtfeld von Sonjas Datenbrille taucht ein grüner Haken auf, daneben der Hinweis „Tagliamento-Recherche ist finanziert!“. Die Reporterin jubelt. Nur 2 Tage hat es gedauert, bis ihr Funding-Aufruf im Netz der RiffReporter-UnterstützerInnen ihr die nötigen Mittel einbrachte, vor Ort zu recherchieren, wie die Renaturierung des norditalienischen Flusses vorankommt.

Der digitale Assistent, der ihre Einnahmen als unabhängige Journalistin betreut, hat schon ihre Nachtexpresszüge gebucht und aus ihrer Liste von ExpertInnen vor Ort Vorschläge für Interviewtermine generiert. In ihrem Postfach findet Sonja eine Sekunde später ein Dossier mit den neuesten wissenschaftlichen Veröffentlichungen und aktuellen Medienberichten zu Fluss-Renaturierungen weltweit. „Ich kann dir die Abstracts der wichtigsten Publikationen heute Abend beim Joggen vorlesen“, sagt der digitale Assistent.

Mit einem Stimmbefehl öffnet die Journalistin ein Dialogfeld in ihrem RiffReporter-Account. „Hallo FlussReporter-Community“, sagt sie, „mit Eurer Hilfe geht es schon morgen los an den Tagliamento. Ich freue mich riesig. Und jetzt seid Ihr dran: Was interessiert Euch, was sollte ich bei meiner Recherche im Auge behalten? Und wer aus meiner ExpertInnencommunity kann mir nach meiner Rückkehr helfen, die Fakten zu prüfen?“.

Eine Stunde später tauchen 2 weitere grüne Haken im Sichtfeld der Datenbrille auf: Die UnterstützerInnen ihres Projekts haben ihr Fragen geschickt, die ihre eigene Liste gut ergänzen. Und ihr Fakten-

check-Board ist nun mit 5 unabhängigen ExpertInnen besetzt, die aus dem eingeworbenen Budget bezahlt werden. Sonja holt ihren Koffer aus dem Schrank und beginnt einzupacken: Gummistiefel, Fernglas, Aufnahmegeräte – und ihren geliebten Schreibblock aus Papier, mit dem sie bei ihrer Arbeit immer auffällt. Abfahrt von Köln Hauptbahnhof nach Udine: 16. Juni 2048, 21.15 Uhr. Dort wird sie ihre Kollegin Silvia treffen, die italienische Naturdigitalistin, die sich um 3D-Modelle und klangökologische Tonaufnahmen, die „Soundscapes“, kümmern wird ...

\*\*\*Recherchemittel für ein Naturschutzthema für 2 Wochen vor Ort plus Schreibearbeit und Faktenprü-

fung binnen 2 Tagen zu mobilisieren – das ist für JournalistInnen von heute leider meistens eine Utopie. Viele Redaktionen entlohnen nicht einmal die Arbeit am Schreibtisch so, dass professionelle JournalistInnen ihre Familien davon ernähren könnten. Die Versuchung wächst, statt mit Journalismus mit ungleich besser bezahlten PR-Aufträgen Geld zu verdienen. Im Berufsalltag von JournalistInnen des Jahres 2018 sind zahlreiche negative Entwicklungen spürbar. Sie führen zu einer schleichenden Erosion des Qualitätsjournalismus – mit gravierenden Folgen für die Öffentlichkeit.

**Faktor 1: Die ökonomische Basis des bisherigen Verlagsjournalismus ist in Gefahr**

Das Internet mit all seinen positiven Seiten und der immensen Menge von Informationsangeboten hat für den klassischen Journalismus 2 har-



© Photo by Bella Huang on Unsplash

te Entwicklungen mit sich gebracht: Früher ruhte das Finanzierungsmodell auf Werbeeinnahmen und auf treuen AbonnentInnen. Wenn eine Firma eine Seite Werbung schaltete, landeten die Einnahmen dafür vollständig beim Verlag. Im Internet dagegen ist die digitale Infrastruktur, über die Werbung läuft, fest in der Hand von Google. Und dorthin fließt ein erheblicher Teil der Einnahmen. Von den einst treuen AbonnentInnen einer Marke gibt es von Jahr zu Jahr weniger: Sie bewegen sich im Netz von Medienangebot zu Medienangebot, ganz nach ihren Interessen und gemäß den Empfehlungen ihrer FreundInnen. Die Folge: Fast alle Redaktionen sind mit wenigen erfreulichen Ausnahmen kleiner geworden. Honorare für freie JournalistInnen schrumpfen. Mangels Ressourcen können sie seltener vor Ort sein und das direkte Gespräch mit allen Beteiligten suchen.

**Faktor 2: Institutionen setzen darauf, sich mit Kampagnen ihre eigenen Öffentlichkeiten aufzubauen**

JournalistInnen wurde früher zusätzlich zur Rolle als WächterInnen über demokratische Prinzipien auch die Rolle als „TorwächterInnen“ für die Öffentlichkeit zugeschrieben. Zu ihrem Job gehörte es, die Unmengen an Pressemitteilungen, Agenturmeldungen und Rechercheergebnissen zu sichten, filtern, gewichten und nur eine kuratierte Auswahl davon an die Öffentlichkeit weiterzugeben. Das führte dazu, dass viele Falschmeldungen aussortiert wurden und dass Zitate und Ereignisse in einen größeren Kontext eingeordnet werden konnten, bevor sie die Bevölkerung erreichten. Die Rolle als „TorwächterInnen“ machte JournalistInnen zudem zu begehrten GesprächspartnerInnen von PolitikerInnen oder wirtschaftlichen und zivilgesellschaftlichen Interessengruppen.

Heute eröffnet die Vielzahl sozialer Medien und Plattformen PolitikerInnen, Interessengruppen, Firmen und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) eine direkte Möglichkeit, an journalistischen Medien vorbei die Bevölkerung zu erreichen – man denke nur an den twitternden US-Präsidenten Donald Trump. Aber auch NGOs bedienen sich dieser Mittel, nutzen Kommunikationsformen, die

ihnen direkte Kontrolle über das Geschriebene gibt.

Das führt zu einer neuen Konstellation: Plötzlich erscheinen manche JournalistInnen als Konkurrenz im Kampf um öffentliche Aufmerksamkeit und als StörerInnen schwarzeiweißer Kampagnenbotschaften. Das Interesse, unabhängigen, distanziert-kritischen Journalismus zu unterstützen, sinkt.

**Faktor 3: Verlage haben die LeserInnen an Kostenlos-Produkte gewöhnt**

Die Journalismusbranche hat viel zu wenig Mühe darauf verwandt, ihren Wert in die Öffentlichkeit zu vermitteln. Stattdessen hat sie werbebegleitete Beiträge einfach verschenkt. Nur sehr zögerlich beginnen Verlage jetzt damit, ihren NutzerInnen zu signalisieren, dass Journalismus einen monetären Wert braucht, um den ideellen Wert bieten zu können. In der Zwischenzeit haben sich aber schon sehr viele Menschen an Kostenlos-Journalismus gewöhnt und wundern sich, wenn sie wie in jedem Supermarkt auch bei Artikeln an eine Bezahlschranke stoßen.

**Faktor 4: Autoritäre Bewegungen versuchen gezielt, die Glaubwürdigkeit des Journalismus zu beschädigen**

In jüngster Zeit kommt hinzu, dass die GegnerInnen einer freien Presse politisch stärker werden und die wirtschaftliche Schwäche des Verlagsjournalismus auszunutzen wissen. Ob Trump gegen die „versagende New York Times“ giftet oder AfD-AnhängerInnen „Lügenpresse“ skandieren – es werden grundsätzliche Zweifel an der Arbeitsweise von recherchierenden JournalistInnen geschürt. Schon fangen PolitikerInnen traditioneller Parteien an, die Slogans der RechtspopulistInnen zu imitieren – man denke an Bundesinnenminister Seehofer, der statt russische Medien die deutschen Medien bezichtigte, „die meisten Fake News“ zu produzieren.

Diese beunruhigenden Entwicklungen haben im Journalismus phasenweise zu einer regelrechten Weltuntergangsstimmung geführt. Doch seit einiger Zeit weicht diese glücklicherweise einem neuen Gründergeist. Ob Perspektive Daily

in Deutschland oder ‚Republik‘ in der Schweiz – zunehmend initiieren JournalistInnen neue Strukturen und eigene Plattformen, um Antworten auf die Herausforderungen zu finden.

Und damit zurück zu Sonja, der FlussReporterin aus dem ‚Szenario 2048‘. Sie heißt im echten Leben Sonja Bettel, ist freie Umwelt- und Wissenschaftsjournalistin und hat im Sommer 2018 das Projekt ‚FlussReporter‘ mit Hilfe der Genossenschaft RiffReporter gegründet. Ihr Ziel: tiefgründige, spannende und relevante Recherchen zur Zukunft der Flüsse und Feuchtgebiete mit Hilfe einer Unterstützercommunity zu realisieren.

Auf der Plattform RiffReporter versammeln sich bereits mehrere verwandte Projekte, darunter KlimaSocial zur Psychologie des Klimawandels, ‚Die Zukunftsreporter‘ zu Szenarien der Welt von morgen, ‚Die Flugbegleiter‘ zu Vogelwelt, Naturschutz und Ornithologie, ‚Menschenzeit‘ zum Anthropozän, WaldReporter zur Zukunft des Waldes.

Zusammen wollen sie zu einem „journalistischen Korallenriff“ heranwachsen, das sich wie die natürlichen Vorbilder durch Vielfalt, Kooperation und Tiefgang auszeichnet.

Die RiffReporter-Genossenschaft adressiert die 4 genannten Probleme: Statt auf Werbung setzt sie darauf, dass um wichtige Themen UnterstützerInnen-Communities entstehen; durch ein Flatrate-Angebot gibt sie Institutionen aller Art die Chance, kritischen Journalismus zu stärken; Beiträge können in kleinen Summen bezahlt werden, je nach Interesse der NutzerInnen; und Investitionen in Recherche und Sachkunde der AutorInnen machen es AutokratInnen schwerer, die Glaubwürdigkeit zu torpedieren.

Zusammen mit anderen Gründungen steht RiffReporter für einen Aufbruch im Qualitätsjournalismus, für einen lebendigen Journalismus mit ReporterInnen, die sachkundig sind und vor Ort recherchieren. Wie Sonja am Tagliamento – vielleicht ja schon 2019.



Christian Schwägerl

Der Autor ist Journalist, Buchautor und Mitgründer von RiffReporter, einer genossenschaftlichen Plattform für Qualitätsjournalismus.



3 / 2018

# Rundbrief

Forum Umwelt & Entwicklung

RUNDBRIEF-SPEZIAL  
zur Zukunftskonferenz  
Schöne Neue Welt

## Schöne Neue Welt 2048

Die Welt in 30 Jahren: flexibel, digital,  
kosmopolitisch, aber leider nicht nachhaltig