

«Ohne Lokalzeitung verlieren die Behörden den Aufpasser»

Roger de Weck hat in Bad Ragaz über den Journalismus und die Demokratie gesprochen. Eine Information ausschliesslich durch die sozialen Medien führe zu einer Radikalisierung und gefährde die Demokratie, betonte der ehemalige «Tages-Anzeiger»-Chefredaktor. Deshalb sei faktenbasierter Journalismus wichtig.

Ruedi Gubser

Roger de Weck hatte sich bei Renato Bergamin, dem Präsidenten der kulturellen Vereinigung Bad Ragaz, lange vor Beginn seines Vortrages erkundigt, mit wie vielen Besuchern er rechne. «Wird der Saal halb voll sein?», fragte de Weck. Bei der Begrüssung durfte Bergamin feststellen: «Wie Sie sehen, ist der Kursaal nicht halb voll. Er ist ganz voll.» Stellte sich höchstens die Frage, ob das Publikum wegen der Person Roger de Weck, dem ehemaligen Chefredaktor des «Tages-Anzeigers» und der deutschen Zeitung «Die Zeit», dem Generaldirektor der SRG (2011 bis 2017), dem Publizisten, Buchautor und Buchpreisträger, kam oder ob es am Thema «Das Prinzip Trotzdem. Warum wir den Journalismus vor der Demokratie retten müssen» lag.

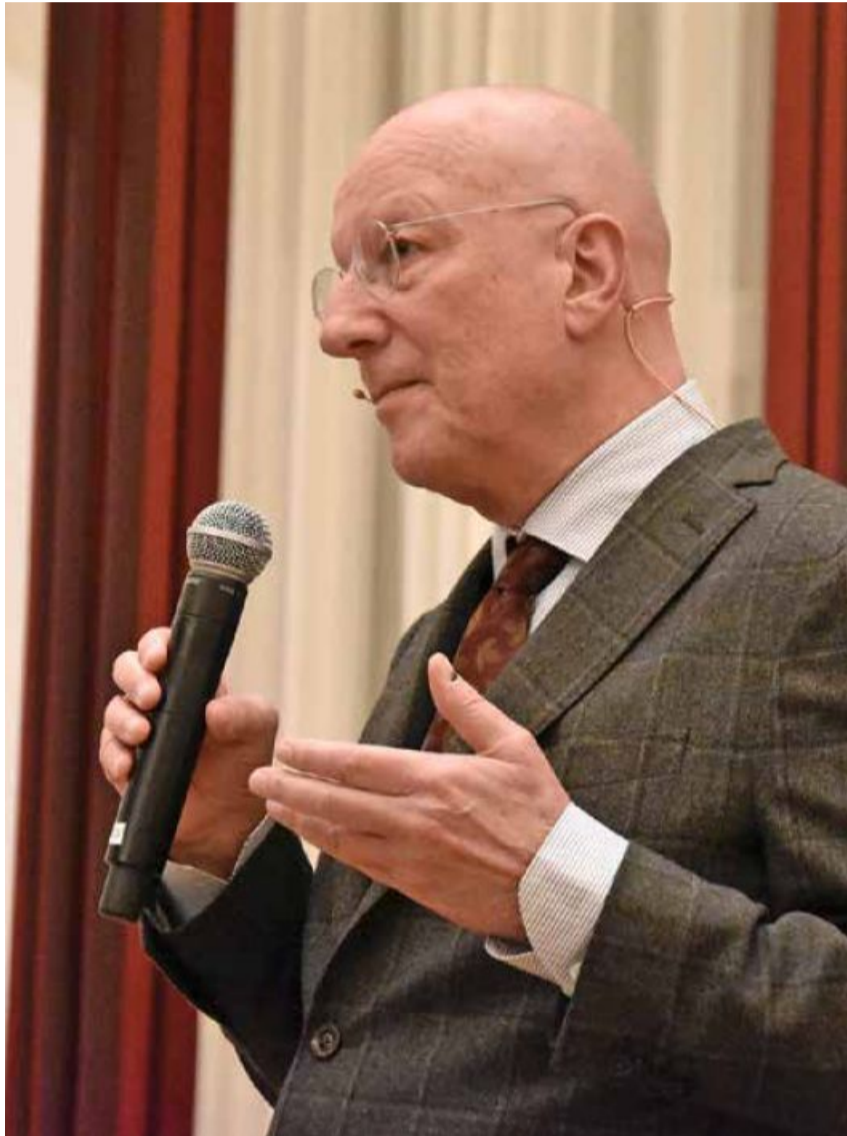
Ohne Fakten gibt es keine Lösung

De Weck begann sein Referat mit einem Gespräch von US-Präsident Donald Trump mit dem russischen Machthaber Wladimir Putin. Trump wollte von Putin in einem Wort wissen, wie die Lage Russlands sei. «Gut», sagte Putin. Das reichte Trump nicht. «Schildere mir die Lage in zwei Worten.» Putin antwortete: «Nicht gut.» Genau in diesem Zwiespalt befanden sich heute die Medien, betonte de Weck und ging zuerst auf die weltpolitische Lage ein mit einem totalitären China, einem diktatorischen und kriegerischen Russland und zunehmend autoritär werdenden Vereinigten Staaten von Amerika. Länder, in denen die Demokratie inexistent (China, Russland) oder in Gefahr ist (USA). «Wir haben auch in Europa Kräfte, von innen und von aussen, die die Demokratie bedrohen. Wollen wir die Demokratie verteidigen, brauchen wir einen starken Journalismus», so de Weck.

Und starker Journalismus ist für de Weck faktenbasierter Journalismus. «Ohne Fakten gibt es keine Lösungen. Ohne Faktenkenntnis macht man das Falsche.» Als Beispiel nannte er die USA. Guten Journalismus zeichne aus, Fakten zu sammeln, sie zu prüfen, zu überprüfen, zu analysieren, zu gewichten, zu erklären, zu aktualisieren und allenfalls zu korrigieren. Und er kommt zum Schluss: «Ohne Verständnis der Fakten gibt es keine Demokratie.»

Medien in der Identitätskrise

Der Journalismus und die Medienhäuser stehen heute in grosser Konkurrenz zu den sozialen Medien. «Diese erfüllen nur eine Funktion: kommentieren, kommentieren. Es gibt keine produktiven, ergebnisorientierten Fakten. Es interessiert nur noch die Meinung.» Und ein grosser Teil der Menschen mache



Er warnt: Roger de Weck sieht den Qualitätsjournalismus gefährdet.

Bild: Ruedi Gubser

«Ich denke, bei der Finanzierung der Regionalzeitungen müsste die öffentliche Hand einspringen.»

Roger de Weck
Publizist

keinen Unterschied mehr zwischen seriös verarbeiteten Fakten und wilden Behauptungen.

Die Medienbranche ist verunsichert. Angefangen habe das mit der Wirtschaftskrise, die in eine Kommerzialisierungskrise mündete, und heute sei es eine Identitätskrise. Zudem sind in den letzten 20 Jahren die Einnahmenquellen mit Werbung, Inseraten und Kleinanzeigen waren das finanzielle Rückgrat der Lokal- und Regionalzeitungen», sagt de Weck. Das sowie Anbieter wie Facebook oder Google haben dazu geführt, dass sich der Journalismus selbst finanzieren muss.

Weniger Kapazität und Kompetenz

«Damit sich der Journalismus verkaufen lässt, müsste er substanzieller werden. Aber das Gegenteil ist geschehen. Ohne Werbegelder wurden die meisten Redaktionen verkleinert. Mit der Kapazität wurde aber auch Kompetenz abgebaut.» Die geringere Substanz versuche man wettzumachen, indem man immer reisserischer werde, spektakuläre Titel setze. «Die Auswahl der Themen ist nicht mehr essenziell, sondern

kommerziell», so de Weck. «Ein hypernervöser Journalismus in hypernervösen Zeiten stösst einen beträchtlichen und gerade den gebildeten Teil des Publikums ab. Die Abozahlen sinken, und im Bestreben, diesen Trend mit mehr Clicks zu kompensieren, wird man noch reisserischer.» Das habe zu einem Strukturwandel geführt – von der Aufmerksamkeitsökonomie zur Aufregungsökonomie.

Die öffentliche Hand muss helfen

Viele Redaktionen glaubten, mit mehr Aufregung mehr Aufmerksamkeit zu erlangen. Aufregung sei aber das Gegenteil von Aufmerksamkeit. «Dieser Wandel zerstört den Journalismus. Wer kurzfristig Clicks maximieren will, statt die Leser langfristig zu binden, kann sich eine Zeit lang über Wasser halten, aber auf die Dauer geht das nicht auf.» Es gebe Zeitungsverlage, die sich diesem Trend widersetzen und damit Erfolg hätten, so de Weck.

«Es gibt Möglichkeiten, mit Erfolg in den Journalismus zu investieren. Allerdings fehlt so mancher Regionalzeitung das nötige Kapital. Ich denke, dass hier die öffentliche Hand einspringen müsste.» Beispiele dafür gebe es in Kanada und Nordeuropa. In Kanada kann das Zeitungsabo von der Steuer abgesetzt werden. Schweden sichert die Medienvielfalt mit klar definierten Subventionen und Dänemark nimmt die redaktionellen Leistungen zum Massstab und zahlt den Zeitungsverlagen einen Prozentsatz des Redaktionsbudgets. Kürzt die Zeitung das Budget für die Redaktion, gibt es weniger Subventionen. Mit dieser Hilfe schaffen es die nordischen Länder in den Bereichen Medienvielfalt, Medienvertrauen, Medienförderung durch die öffentliche Hand weltweit an die Ranglistenspitze.

Medienwüsten haben Folgen

«Eine gute Presseförderung stärkt die Pressefreiheit», sagt de Weck und fragt, «was passiert, wenn die öffentliche Hand passiv bleibt, keine Medienpolitik und keine Journalismuspolitik betreibt, die eigentlich Demokratiepoltik ist?» Es entstehen Medienwüsten mit Folgen. «Die lokalen Behörden haben keine kritischen Aufpasser mehr. Die Leute informieren sich über die sozialen Medien und radikalieren sich, und sie wissen nicht mehr, was faktenbasierter Journalismus ist.» Für de Weck ist zudem die Medienkonzentration in der Schweiz gefährlich. Man wolle mit einer Redaktion immer mehr Medien bedienen. Das habe zur Folge, dass man in St. Gallen einen Artikel für das Luzerner Publikum lesen könne. «Wir haben zwar einen politischen Föderalismus, aber auch einen journalistischen Zentralismus.» Deshalb sei es wichtig, die Medienpolitik als Demokratiepoltik zu verstehen.

Vier Fragen an ...

Roger de Weck

Publizist,
Ex-Chefredaktor des
«Tages-Anzeigers»



1 Wie sehen Sie die Zukunft von Lokalzeitungen, rosig oder eher schwarz? Heute hat es jedes journalistische Medium nicht leicht. Für die Lokalzeitungen sehe ich durchaus rosig, denn gut gemachte Lokalmedien zählen zu den stabilsten der Branche. Jede Gemeinschaft, jedes Gemeinwesen braucht so etwas wie einen Spiegel. Und der Lokaljournalismus ist dieser Spiegel.

2 Für die Lokalzeitungen ist es oft ein grosser Spagat, gleichzeitig die gedruckte Zeitung und ein Onlineprodukt anzubieten. Wie wird sich das entwickeln? Ich denke, dass mit der Zeit die Auflage der gedruckten Zeitung weiter zurückgehen wird. Dafür werden, wenn man es richtig macht, die Zahlen der Nutzerinnen und Nutzer im Onlinebereich ansteigen. Und Beispiele, dass man es richtig und sogar richtig gut machen kann, gibt es.

3 Was ist das Geheimnis eines erfolgreichen Lokaljournalismus? Vor dem Lokaljournalismus habe ich die grösste Hochachtung. Er ist der präziseste Journalismus, den es gibt. Wenn ich über Afghanistan schreibe und einen dort ansässigen Stamm falsch benenne, dann ärgern sich zwei Experten. Wenn ich aber in einer Lokalzeitung den kleinsten Fehler mache, sei es beispielsweise einen Familiennamen falsch zu schreiben, dann gibts aber so was von Ärger. Im Lokaljournalismus muss man sehr präzise arbeiten.

4 Die Bedürfnisse der Leserinnen und Leser, auf Neudeutsch User Need, stehen heute im Journalismus im Vordergrund. Was halten Sie davon? Egal, wie man das bezeichnet, entscheidend ist die Nähe zum Leser und zur Leserin, die Qualität der Berichte und faktenbasierter Journalismus. Der grösste User Need ist, das Leben der Leute und der ganzen Gemeinschaft in der Region abzubilden und zu beschreiben, nahe bei den Leuten zu sein – und auch den Behördenträgern auf die Finger zu schauen. Über das Gemeinwohl zu berichten, ist das Wichtigste.

Die Fragen stellte Ruedi Gubser.

ANZEIGE

TERRA PLANA

spannende Geschichten
lebendige Erinnerungen
überraschende Einblicke

TERRA PLANA
SL Druck + Medien AG | 8887 Mels | Telefon 081 725 32 32 | terraplana@sarganserlaender.ch