

Comdays
Philipp Cueni

Wer rettet Auftrag und Qualität des Journalismus? Aus Sicht der Gewerkschaften

Eingeladen bin ich worden, um aus Sicht der Gewerkschaften, respektive der Journalistinnen und Journalisten zu sprechen. Danke sehr, das tue ich gerne. Als verantwortlicher Redaktor des Medienmagazins EDITO beobachte ich die Medienszene auch als Medienjournalist.

Ausgangspunkt ist: Ein Abbau von Arbeitsplätzen, ein Rückgang beim Annoncengeschäft und bei den Leserzahlen. Das macht mehr als Sorge. Dazu kommt, dass in den Redaktionen viele Journalisten sehr verunsichert sind. Sie fragen sich: Welcher Journalismus ist von den Medienunternehmen überhaupt noch gefragt? Wie wollen sich die Medienunternehmen publizistisch positionieren? Und welche Zeichen setzt die zunehmende Diversifizierung der Verlagsunternehmen in andere als publizistische Geschäftsbereiche – bis hin zum Verkauf von Pijamas.

Der Schwerpunkt meines Referates handelt von journalistischer Qualität. Und trotzdem möchte ich im „klassischen“ gewerkschaftlichen Bereich beginnen: Bei den Arbeitsbedingungen.

Punkt 1 – Arbeitsbedingungen.

Da geht es zunächst um Lohn, Arbeitszeit, soziale Absicherung – auch um faire gesamtarbeitsvertragliche

Regelungen. Interessant ist dabei die Frage nach dem „warum?“. Warum sind diese Forderungen gerade in der journalistischen Branche wichtig?

Lassen Sie mich kurz etwas zum Berufsbild und zur Arbeitsrealität der Journalistinnen und Journalisten sagen.

- Die Journalisten arbeiten sehr unregelmässig – ein regelmässiges Leben mit Familie und Freunden ist ziemlich schwierig.
- Die Tätigkeit gilt als sehr belastend, stressig – entsprechende Krankheiten und Burnouts sind eine häufige Begleiterscheinung in diesem Beruf.
- Die Löhne sind im Schnitt so, dass viele Journalisten mit ihrer Qualifikation in einem anderen Beruf mehr verdienen könnten.
- Die allermeisten freien Journalisten, wichtig für viele notwendige journalistische Extraleistungen, können nicht alleine vom Journalismus leben.
- Der Beruf der Journalisten hat ein tiefes Sozialprestige.
- Und trotzdem (und zu Recht) werden an Journalisten immer höhere Anforderungen gestellt werden – in Bezug auf die Ausbildung wie auch in Bezug auf das Engagement und die Flexibilität.

Es geht hier nicht ums Klagen. Sondern um die Folgerungen aus dieser kleinen Analyse:
Für Qualitätsjournalismus braucht es gute, sehr gute Leute. Für gute Leute muss man gute Arbeitsbedingungen bieten. Da geht es nicht nur um Lohn und Ferien. Dazu gehören auch gute Aus- und Weiterbildung. Und soll die journalistische Arbeit attraktiv sein, muss sie die Möglichkeit bieten, in die Tiefe zu

gehen. Dafür braucht es aber das nötige Zeitbudget. Zeit wird ein immer wichtiger Faktor bei den Voraussetzungen für seriösen Journalismus.

These 1: Gute journalistische Qualität führt auch über gute Arbeitsbedingungen und gute Rahmenbedingungen. Und die Branche muss sich anstrengen, die guten Leute für den Journalismus zu gewinnen.

Ein weiterer klassischer Ansatz der Gewerkschaften, **Punkt 2, die Frage der Arbeitsplätze und der Arbeitsplatzsicherheit.**

Mein Vorredner, Verleger-Präsident H. P. Lebrument, sagte kürzlich, es seien in der aktuellen Krise in der CH 400-500 Journalisten entlassen worden. Marc Waler von Ringier sprach heute von 600. Das ist angesichts der kleinen Branche ziemlich viel.

Warum ist das höchst problematisch? Natürlich aus sozialpolitischer Perspektive: Arbeitsplatzverlust, Arbeitslosigkeit, soziale Folgekosten, die Arbeitslosigkeit als soziales Pulverfass. Daran sei auch erinnert. Und konkreter gesagt: Hinter jeder Entlassung steht ein menschliches Schicksal. Das mag sozialromantisch klingen oder langweilig, es macht aber nichts, daran zu erinnern.

Interessant wird das Thema, wenn wir behaupten, dass der Abbau im Journalismus nicht nur sozialpolitisch, sondern auch demokratiepolitisch problematisch ist. Warum schadet der Verlust der 400-600 journalistischen Arbeitsplätze der Demokratie?

Erlauben Sie mir einen kleinen Exkurs. Bundesrätin Calmy-Rey sagte hier gestern, Demokratie sei ohne funktionierenden Journalismus nicht möglich. Ich knüpfe da an und argumentiere knapp.

Eine demokratische Gesellschaft ist ohne die Dienstleistung des Journalismus undenkbar. Die Demokratie ist ohne die klassischen Funktionen des Journalismus – zu informieren, den gesellschaftlichen Diskurs zu vermitteln, und eine gesellschaftliche Kontrollfunktion wahrzunehmen - , nicht denkbar.

Damit zurück zur Frage der Arbeitsplätze.

Unter dem Demokratieaspekt muss man die Arbeitsplatzfrage anders bewerten, als z.B. bei der „berühmten“ viel zitierten Schraubenfabrik.

Kennen Sie den Bedarf des Schraubenmarktes in etwa, können Sie relativ genau berechnen, mit wie vielen Maschinen und Arbeitskräften Sie welchen Output an Schrauben produzieren.

Im Journalismus ist das mit Bedarf und Produktion etwas komplizierter. Wenn Sie 500 Journalisten abbauen und diese meist die Branche verlassen müssen, verliert der Stakeholder, nämlich der Medienkonsument, also auch der Staatsbürger, ein grosses Potenzial an Erfahrung, Wissen, Ideen, Fähigkeiten, welche vom Publizistischen her durchaus gefragt wären. Von den verbleibenden Journalisten wird das aber nicht automatisch wieder abgedeckt.

Wieviele Journalisten es braucht, damit die Schweiz und die schweizerische Demokratie mit genügendem

journalistischem Knowhow versorgt werden, kann nicht so genau berechnet werden. Es braucht deshalb eine minimale kritische Masse an Journalisten. Denn wenn, markttechnisch gesprochen, Unterversorgung an journalistischer Leistung herrscht, der Bedarf an Wissen nicht gedeckt ist, kann die fehlende Leistung nicht einfach aus dem Ausland bezogen werden.

Anders ausgedrückt: Es braucht nicht nur jene Journalisten und Redaktoren, welche die Zeitung füllen. Es braucht auch jene Fachleute, deren Wissen nicht jeden Tag gleich gefragt ist. Ihre Leistung ist im Aktualitätsfalle aber unverzichtbar, wenn Wissen, Hintergrund, Vertiefung und Einordnung abgerufen werden sollten.

Ein **Beispiel** ist der „Fall Lybien“: Plötzlich sind Journalisten gefragt, welche über Lybien bescheid wissen, über die Herrscherfamilie, über die Wirtschaftsbeziehungen Schweiz-Lybien, über die Situation Lybiens in der arabischen Welt, über die arabische politische Kultur, usw. usw. Aus dem Stand kann das niemand bieten.

Der Journalismus braucht als Ganzes immer eine Reserve von Journalisten, welche nicht direkt produzieren, aber nachdenken, nachschauen, ihr Wissen aktualisieren, anspruchsvolle Dossiers langfristig verfolgen, usw. Und der Journalismus braucht die Freien als Themenspezialisten, welche überleben können, auch wenn ihr Thema nicht immer aktuell gefragt ist.

Sinkt die Anzahl der Journalisten unter eine kritische Grenze, dann fehlt es an Brain, an Ideen, an Erfahrung, an Beobachtungsvielfalt, auf welche die demokratische Gesellschaft angewiesen ist. Es braucht diese Vielfalt

von spezialisierten Fähigkeiten auch in einem kleinen Markt wie jenem der Schweiz mit seinen drei, resp. vier getrennten Sprachmärkten.

Ein **Beispiel** ist die Bankenkrise: Auch ein guter Generalist als Wirtschaftsjournalist ist überfordert. Spezialisierte Journalisten sind gefragt zu Themen wie Investmen-Banking, Börse, Kreditwirtschaft in den USA, Steuerrecht, Wirtschaftspolitik, Verhältnis Schweiz-USA, usw.usw.

Ein weiteres **Beispiel** ist der Umgang mit PR: Immer mehr kommerzielle und politische PR drückt in den redaktionellen Teil. Dies zu erkennen, zu überprüfen, mit Gegenrecherche dagegenuhalten, ist aufwändig, bei ausgedünnten Redaktionen schwierig.

These 2: Auch für den kleinen Markt Schweiz (D-CH / W-CH, I-CH) braucht es im Journalismus eine kritische Grösse, damit er funktioniert und auch langfristig Qualität bieten kann.

Deshalb sollten die Medienhäuser im eigenen Interesse so wenige Journalisten entlassen wie möglich. Im Gegenteil sollten sie gemeinsam dafür sorgen, dass die Journalismus-Branche eine bestimmte Grösse behält. Mögliche Modelle dazu gibt es.

Punkt 3, das Qualitätsproblem.

Fast jede Kritik am Journalismus hat den gleichen Kern. Ob von Bundesrat Maurer, Calmy-Rey oder einem Banker oder einem lokalen Gemeinderat formuliert – die Kritik lautet: „Zu oberflächlich, zu viele Fehler, zu wenig Sachkenntnis.“ Oft ist es eine Kritik an Fairness und Glaubwürdigkeit.

Ich bin absolut überzeugt: Qualität ist das Schlüsselkriterium für die Zukunft der journalistischen Medien.

Der Journalismus überlebt, wenn er sich nicht selbst abschafft, Das heisst, wenn er nicht so schlecht wird, dass er seine Funktionen – ich erinnere: Information, Kontrolle, Diskurs – nicht mehr erfüllt. Der Journalismus überlebt, wenn er es schafft, (ZITAT) „die Menschen zu Verstehenden zu machen.“ (Boventer) wenn er also jene Fragen qualifiziert zur Sprache bringt, welche die Menschen zu ihrer Lebensbewältigung, zur Teilnahme an der Demokratie beantworten wollen.

Die Konzentration auf journalistisch relevanten Mehrwert muss Teil der Strategien und in gewissem Sinne auch der Businesspläne sein.

Dieser Qualitätsjournalismus, welcher das Gespräch mit Akteuren und Citoyens sucht, der an den Schauplätzen selbst recherchiert, der in die Tiefe, in den Hintergrund geht, der unterschiedlichen Akteuren und betroffenen eine Stimme gibt, diese ernst nimmt; der begründen kann, welche Fragen gesellschaftlich relevant sind, der die relevanten Dossiers kennt, der es sich leistet, auch aus der mit der Schweiz (Globalisierung) vernetzten Welt zu berichten, der sich ethischen Standards verpflichtet und damit glaubwürdig ist, der seriöse Informationen und Reflexion statt schnelle Geschichten bringt, dieser Journalismus braucht Zeit. Er ist aufwändig. Und dieser Journalismus ist teuer!

Bsp. Auslandjournalismus: Im Rahmen der Globalisierung sind Informationen aus dem Ausland immer wichtiger. Immer mehr innenpolitische Entscheide sind mit Situationen im Ausland verknüpft. Fundierte Berichte aus dem Ausland können nur erfahrene

Korrespondenten liefern. Die sind teuer. Nur noch wenige Zeitungen in der Schweiz haben mehrere eigene Auslandskorrespondenten. In so grossen Regionen wie Indien, Afrika oder Südamerika ist fast niemand mehr für schweizer Medien stationiert – unwichtig sind diese Regionen aber keineswegs.

Dass guter Journalismus teuer ist, ist auch den Gewerkschaften sehr wohl bewusst. Und es ist auch den Gewerkschaften bekannt, dass die Medienhäuser in einer massiven Einnahmekrise stecken.

Aus meiner Optik, sind daraus Schlüsse und Vorschläge/Forderungen abzuleiten:

Thesen + Forderungen 3:

- Gerade in der Krise muss in Qualitätsjournalismus investiert und dieser als Kerngeschäft definiert werden.
- Qualitätsjournalismus ist eine Grundfunktion der demokratischen Gesellschaft, die Demokratieleistung der Medien ist service public.
- Deshalb muss der Staat die Journalismusbranche indirekt fördern. Und die Journalismusbranche muss bereit sein, diesen Deal einzugehen. Selbstverständlich – und man kann dies nie genug betonen – unter absoluter Garantie der Unabhängigkeit. Das ist auch durchaus möglich über Stiftungsmodelle, über das grössere Engagement der öffentlichen Hand bei der Aus- und Weiterbildung, über die Verbilligung der Distribution, über die Reduktion der Mehrwertsteuer, über Entlastung der Medienhäuser von fremden Aufgaben, welche eigentlich Sache des Bundes wäre (Beispiel: Sozialentlastung von IV-Bezüglern bei den Radio/TV-Gebühren auf Kosten der SRG und der Privaten).

- Die Medienunternehmen müssten sich wieder vermehrt am alten, traditionellen verlegerischen Auftrag orientieren, sich an Aufklärung und demokratischer Dienstleistung orientieren. Das heisst aber auch Abstand zu nehmen von Vorstellungen, im Verlagsgeschäft müssten Renditen von 15% und mehr erwirtschaftet werden.

Wenn Hanspeter Rohner (Publigroupe) heute hier sagt, die Medien seien nicht mehr die 4. Gewalt oder service public, sondern würden zu einem ganz normalen Wirtschaftszweig, dann muss man fragen: garantieren die Medien denn als „normaler Wirtschaftszweig“ jenen service public, jene Demokratieleistung, welche gesellschaftlich nötig sind?

Umgekehrt muss sich der Bürger die Demokratieleistung der Medien etwas kosten lassen. Diesen Wert der journalistischen Leistung müssen die Verlage wieder vermitteln können und entsprechende Preise definieren (paywall). Und auch die SRG muss vermitteln, welche Qualitäten die Gebühren rechtfertigen.

Zum Schluss noch eine kurze Anmerkung zu Radio und TV: Heute ist hier fast nur über den Print gesprochen worden. Die Medienkrise trifft aber auch Radio und Fernsehen. Nicht nur, weil auch dort die Einnahmen aus der Werbung sinken. Es gibt auch politischen Druck auf die Gebühren – übrigens nicht nur in der Schweiz. Und auch im Bereich Radio/TV müssen journalistische Leistungen für einen kleinen Markt erbracht werden, welche über den Markt nicht finanzierbar wären. Sollen die elektronischen Medien ihren auch in der Verfassung definierten Auftrag erfüllen, so muss die Politik

Verantwortung übernehmen und Radio/TV die notwendige Finanzierung zugestehen.

Und die Journalistinnen und Journalisten selbst: Sie dürfen sich nicht aus der Verantwortung stellen. Die oberflächliche Geschichte, versehen mit einem Schuss Unterhaltung, lockt allzu oft. Qualitätsjournalismus ist aber oft der Weg über einen aufwändigen, anstrengenden Journalismus. Und die gewerkschaftliche Sicht darf auch nicht nur Forderungen an die „anderen“ stellen. Bei allen Widerwärtigkeiten können die Journalisten selbst einen entscheidenden Beitrag mit dazu leisten, aus der Krise herauszukommen: Qualitätsjournalismus einzufordern und selbst Qualität zu liefern.

(Leicht gekürzte schriftliche Version des Vortrages)