

Kölner Presseclub debattiert über Zukunft des Qualitätsjournalismus

6/2019

Lokale Zeitungsredaktionen, die aufgelöst werden und Youtuber, die journalistische Beiträge liefern – die Medienwelt ist im Umbruch. Wie in Zukunft noch Qualitätsjournalismus funktionieren kann, darüber diskutierten am 18.06 beim Kölner Presseclub im Excelsior Hotel Ernst WDR-Fernsehdirektor Jörg Schönenborn, Kölnische Rundschau Herausgeber Helmut Heinen, der ehemalige Chefredakteur von Spiegel und Süddeutscher Zeitung Hans Werner Kilz und der Medienrechtler Professor Rolf Schwartmann.

„Wir befinden uns in der größten Medienrevolution seit Gutenberg“, hat Hubert Burda 2007 gesagt. Eine Aussage, die auch Helmut Heinen zwölf Jahre später noch immer nicht vom Tisch wischen kann. „Das ist eine Herausforderung, die freundlich ausgedrückt, für viele nicht zu bestehen ist“, sagt er. Hans Werner Kilz sieht als einen der Hauptgründe dafür, wie Medien lange ihr Onlineangebot gestaltet haben. „Der Ur-Fehler war, Artikel anfangs online kostenlos anzubieten“, urteilt er.

Was tun? Einfach jeden Artikel hinter eine Bezahlschranke zu setzen, funktioniert nicht, sagt Heinen. „In jeder Zeitungsausgabe gibt es auch sperrige Themen, für die einzelne Online nicht zahlen würden. Die ergeben im Gesamtkonzept der Ausgabe aber Sinn.“

Im Gegensatz zu all den Zeitungen, muss sich zumindest der öffentliche Rundfunk keine Sorgen über die Finanzierung seiner Inhalte machen. Doch auch WDR-Fernsehdirektor Jörg Schönenborn sieht große Herausforderungen für die Medienlandschaft. Die Verbreitungskanäle hätten sich vervielfacht. Die Aufgabe der Öffentlich Rechtlichen sei es nun dafür zu sorgen, dass sie immer noch alle erreichen können. Dafür müssten sie neue Kanäle wie Youtube regelmäßig bespielen.

„Was ich bei Youtube sehe, deprimiert mich“, sagt der ehemalige Chefredakteur von Spiegel und Süddeutscher Zeitung, Hans Werner Kilz. Sein Urteil: Qualitätsjournalismus gibt es auf dieser Plattform bisher nicht. Die neuen Medienhäuser kämen dennoch nicht um solche Plattformen herum, sagt der Medienrechtler Rolf Schwartmann. Sie täten gut daran mit den neuen Kanälen zu arbeiten. Andernfalls hinterließen sie Youtubern und den teilweise dahinterstehenden Werbeagenturen das Feld. Im Umgang mit Youtubern sieht er zudem den Gesetzgeber gefordert. „Es gibt einen erheblichen Regulierungsbedarf“, sagt Schwartmann. Genauso wie bei einer Zeitung müsse bei ihnen klar erkennbar sein, wer hinter dem Kanal steht.

Hans Werner Kilz ist fest davon überzeugt, dass es auch in Zukunft noch Qualitätsjournalismus geben wird. Um den zu erhalten, müssten sich Journalisten aber wieder ihren Kernauftrag konzentrieren: die unabhängige Recherche. „Die Königsdisziplin ist nicht die Reportage, es ist die gut recherchierte Nachricht“, sagt Kilz – gerade auch mit Hinblick auf den Betrugsskandal um Claas Relotius beim Spiegel.