

**DEAD-
LINE
FÜR DEN
JOURNA-
LISMUS?**

:STANDPUNKTE

Frank Überall

DEAD- LINE FÜR DEN JOURNA- LISMUS?

Wie wir es schaffen, nicht zur
Desinformationsgesellschaft zu werden



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet
diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8012-0683-3

Auch als E-Book erhältlich: ISBN 978-3-8012-7063-6

Copyright © 2024 by
Verlag J. H. W. Dietz Nachf. GmbH
Dreizehnmorgenweg 24, 53175 Bonn

Umschlag/Reihengestaltung: Petra Bähler, Köln
Satz: Rohtext, Bonn
Druck und Verarbeitung: Plump Druck & Medien GmbH, Rheinbreitbach
Alle Rechte vorbehalten
Printed in Germany 2024

Besuchen Sie uns im Internet: www.dietz-verlag.de

Inhalt

Vorwort	7
1. Journalismus in unserer Gesellschaft	11
2. Drucken, senden, digital verbreiten	65
3. Gefahren für den Journalismus heute	104
4. Visionen für den Journalismus	151
5. Exkurs: KiVVON	214
6. Appell für guten Journalismus	218
7. Kernthesen gegen die Deadline für den Journalismus	222
Über den Autor	224

Vorwort

Angefangen hat alles in der Schule. Ein Klassenkamerad konnte gut zeichnen. Comics, die lustige Geschichten erzählten, gerne auch über unsere Lehrerinnen und Lehrer. Ich konnte und kann gar nicht zeichnen, dafür aber schreiben. Also tauschten wir während des Unterrichts zusammengefaltete Zettel aus mit Witzchen über die Schulstunden. Da wir aber nie zusammensitzen durften, weil wir sonst zu unruhig waren, mussten die kleinen Briefe quer durch die ganze Klasse transportiert werden. Alle, die sie weitergeben sollten, öffneten sie natürlich erst einmal und schauten sich unter zuweilen lautem Gelächter die Zeichnungen und Texte von uns an. Das störte die Klassenruhe natürlich gewaltig und war den Lehrern ein Dorn im Auge bis hin zum Verbot. Deshalb entschieden wir uns dazu, unsere Beiträge lieber auf größere Blätter zu bannen und eine ausgewachsene Zeitung daraus zu machen. Auf einmal waren wir vom Austausch kleiner Zettel auf die große (Schul-)Bühne gelangt, hatten als Schülerzeitungsredaktion plötzlich jede Menge Aufmerksamkeit. Das machte süchtig nach mehr.

Dieses »Mehr« lebte ich nach einem Umzug innerhalb meiner Heimatstadt Köln bei einem Anzeigenblatt aus. Einmal wöchentlich wurde der *Wochenspiegel* kostenlos an alle Haushalte verteilt. Und ich hatte dort Chefs, die redaktionell ehrgeizig waren: Es sollte ausdrücklich auch exklusive und politische Berichterstattung geben. Durchaus unge-

wöhnlich für ein Gratisblatt. Dafür durfte ich viel unterwegs sein.

34 PS sind gar nicht so leicht zu bändigen. Das war der Spruch, mit dem ich stets stolz meinen Fiat Panda vorgestellt habe. Es war ein zwar kleines, kompaktes und zuweilen etwas langsames Auto. Aber eines, das mich nicht ständig im Stich ließ wie einige im Wortsinn billige Schrottanschaffungen vorher. Kurz nach Abitur und Führerschein musste ich die bittere Erfahrung machen, dass besonders preisgünstige Altautos keine sinnvolle Option sind, wenn man es als freiberuflich tätiger Journalist höchst eilig hat.

Der weiße Kleinwagen mit seinen campingähnlichen Stühlen war nicht besonders bequem. Aber er war eben so klein, dass er in eine übersichtliche Parklücke oder notfalls sogar auf den Bürgersteig passte, wenn man unter Zeitdruck im aktuellen Einsatz zu einem Termin wollte. Notizblock und Fotoapparat waren dabei immer mit an Bord. Und dazu noch ein wahres Ungetüm, das für mich in gewisser Weise die heute allgegenwärtigen Laptops oder Tablets vorewegnahm: Meine Reiseschreibmaschine! Die mechanische Konstruktion mit ihren Buchstabentypen hat mir über viele Jahre treue Dienste geleistet. In Pausen zwischen Terminen habe ich oft ein Blatt Papier eingespannt, um keine Zeit zu verlieren und bereits erste Texte über die soeben besuchten Veranstaltungen zu tippen.

Nach Redaktionsschluss musste die Zeitung natürlich erst einmal hergestellt werden. Eine Aufgabe, die ich neben den Reportereinsätzen ebenfalls wahrnehmen durfte: Artikel auswählen, sie zu der später gedruckten Ausgabe zusammenstellen. Dafür wurden die Texte in Spaltenform auf Spezialpapier ausgedruckt. Das wiederum wurde auf der

Rückseite mit Wachs versehen. So konnten sie auf Montagetischen zu Zeitungsseiten zusammengesetzt werden, die dann abfotografiert und gedruckt wurden. Heute funktioniert das alles am Computer. Ohne Papier und Wachs.

Überhaupt: Es hat sich vieles geändert seit den 1990er-Jahren. Damals gab es keine Mobiltelefone, keine Laptops, keine digitalen Fotoapparate. Der Journalismus hat sich verändert – und unsere Konsumgewohnheiten in Sachen Medien auch. Und zwar ziemlich grundsätzlich.

In diesem Buch zeichne ich diese Entwicklung nach, beschreibe den Ist-Zustand des Journalismus und entwerfe Visionen für die Zukunft: Das alles auf der Grundlage von aktuellen Beispielen, aber auch auf der von eigener Erfahrung und aus verschiedenen Blickwinkeln. Als Reporter, der für nahezu alle Mediengattungen und Formate berichtet hat. Als Medienwissenschaftler, der seit vielen Jahren junge Menschen in diesem Berufsfeld ausbildet. Und als langjähriger Interessenvertreter, etwa als Bundesvorsitzender des Deutschen Journalisten-Verbands (DJV).

Ich bin der festen Ansicht, der Journalismus darf nicht sterben. Um sein Ableben zu verhindern, kommt es aber entscheidend darauf an, dass er sich modernisiert, sein gesellschaftlicher Wert als unverzichtbar für unsere Demokratie vehement in die Aufmerksamkeit rückt und wir Wege finden, wie seriöse Nachrichten und Einordnungen unsere Meinungsbildung ermöglichen. Und natürlich geht es dabei auch darum, den Fachkräftemangel dieser Branche und zu seiner Behebung den Kampf um die besten Köpfe und Talente nicht aus den Augen zu verlieren – ganz gleich, ob solche Köpfe eher schreiben oder zeichnen können, analog oder digital berichten wollen, Allrounder oder Spezialisten sind.

In diesem Buch werden viele konkrete Beispiele für Entwicklungen genannt, die allerdings als mögliche zu verstehen sind. Das vorliegende Werk ist keine rein wissenschaftliche Arbeit, die um Vollständigkeit der Darstellung bemüht ist. Mir geht es vielmehr darum, Entwicklung und Gegenwart des Journalismus überblicksartig zu erläutern, um auf dieser Grundlage Szenarien für die Zukunft zu entwerfen, die zur Grundlage für anstehende Diskurse beitragen können. Es liegt an uns allen, welche dieser Visionen dann Wirklichkeit werden!

Frank Überall

Sommer 2024

1. Journalismus in unserer Gesellschaft

»Deadline« bezeichnet den Zeitpunkt, an dem das Produkt journalistischen Schreibens fertig zur Veröffentlichung und Auslieferung ist und – zumindest war das in der Vergangenheit so – nichts mehr an der Zeitung oder Zeitschrift geändert werden kann. Besonders im Bereich des Printjournalismus spielt das bis heute eine große Rolle. Wenn die ersten Exemplare die Druckmaschine verlassen haben, können Texte oder Bilder nicht mehr korrigiert oder ausgetauscht werden. Zeitungen und Zeitschriften brauchen ein solches enges Zeitkorsett, um pünktlich erscheinen zu können. Denn darauf setzen die Konsumentinnen und Konsumenten: Dass sie zum gewohnten Zeitpunkt das Produkt in den Händen halten können, das ihnen die erwartete Information und Einordnung (sowie auch Unterhaltung) bietet. Die sogenannte Periodizität, also die Regelmäßigkeit der Veröffentlichung, ist in der wissenschaftlichen Definition eine der wichtigsten Komponenten zur Beschreibung von Journalismus. Damit unterscheidet sich dieser Bereich eben fundamental von anderen, gelegentlichen Veröffentlichungen, zum Beispiel im Internet. Es ist nicht das einzige Merkmal zur Differenzierung professioneller, redaktioneller von anderen Publikationen, aber eben doch ein sehr wichtiges.

Was bis zur »Deadline« nicht recherchiert, formuliert, geprüft und in Form gebracht worden ist, findet in der zur

Veröffentlichung anstehenden Ausgabe keinen Platz. Im Notfall muss ein »Stehsatz« auf die Stelle gesetzt werden, für die der nicht fertig gewordene Bericht geplant war. Als Stehsatz bezeichnet man vorproduzierte Beiträge, die zeitlos eingesetzt werden können. Für Tageszeitungen, die in Druckereien hergestellt werden, ist das heute noch üblich. Auch für Rundfunkprogramme ist es notwendig, eine gewisse Disziplin an den Tag zu legen: Natürlich kann man in einer Live-Sendung noch eine ganz aktuelle Eilmeldung unterbringen, man kann aber nicht die gesamten Inhalte in letzter Minute zusammenstellen. Nur im Netz scheint es keine Deadline mehr zu geben: Rund um die Uhr kann veröffentlicht werden, und manche Redaktionen experimentieren längst mit Menschen, die irgendwo auf der Welt Beiträge fertigen und online stellen. Der Vorteil ist, dass die Löhne beispielsweise in Indien viel niedriger sind, außerdem kann aufgrund der Zeitverschiebung auch nachts, an Wochenenden und an Feiertagen gearbeitet werden, ohne dass für den Arbeit- oder Auftraggeber in Deutschland Zuschläge anfallen. Ob die inhaltliche Qualität so aber gehalten werden kann, darf durchaus in Frage gestellt werden. Und überhaupt ist die ständige Jagd nach dem aktuellsten Artikel und der schnellsten Schlagzeile nicht immer zielführend, wenn es um seriöse Information geht.

Historisch gesehen sind Massenmedien immer noch »Neuland«. Der Begriff mag an dieser Stelle irritieren, das ist aber durchaus beabsichtigt. Im Jahr 2013 hatte sich die Republik noch darüber lustig gemacht, als die damalige Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) dieses Wort im Zusammenhang mit dem Internet verwendete. Dass jedoch eine Debatte über die Anwendung elektronisch-digitaler Hand-