



Deutsche Vereinigung für Parlamentsfragen e.V.

DVParl-Forum der Deutschen Vereinigung für Parlamentsfragen e. V.

**Im Griff der Netzwerke?
Wandel und Herausforderungen der politischen Kommunikation**

Mittwoch, den 23. Oktober 2019, Berlin, Deutscher Bundestag

Begrüßung

Dr. Johann Wadephul, MdB Vorsitzender der Deutschen Vereinigung
für Parlamentsfragen e.V.

Impulsvortrag

Prof. Dr. Otfried Jarren Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung,
Universität Zürich

Diskussionsrunde

Robert Birnbaum Der Tagesspiegel
Dr. Johannes Dimroth Leiter der Abteilung Politische Information im BPA
Anita Fünffinger ARD-Hauptstadtstudio
Katrin Grothe Leiterin der Abteilung für Soziale Medien,
FDP-Bundestagsfraktion

Moderation

Prof. Dr. Heinrich Oberreuter Stellv. Vorsitzender der Deutschen Vereinigung
für Parlamentsfragen e.V.

Vorsitzender: **Dr. Johann Wadephul MdB**, stv. Fraktionsvorsitzender der CDU/CSU-Bundestagsfraktion
Stellvertreter: **Prof. Dr. Dr. h. c. Heinrich Oberreuter**, Universität Passau, Direktor der Akademie für Politische Bildung in Tutzing a.D.,
Dr. Reinhard Müller, Ressortleiter Frankfurter Allgemeine Zeitung; **Prof. Dr. Patrick Sensburg MdB**, CDU/CSU-Bundestagsfraktion, Vorsitzender des Ausschusses
für Wahlprüfung, Immunität und Geschäftsordnung
Schatzmeister: **Konstantin Kuhle MdB**, Innenpolitischer Sprecher der FDP-Bundestagsfraktion
Beisitzer/Beisitzerinnen: **Robert Birnbaum**, Reporter, Parlamentsredaktion Der Tagesspiegel; **Peter Blum**, Direktor des Abgeordnetenhauses von Berlin a.D.;
Dr. Birgit Eberbach-Born, Direktorin beim Thüringer Landtag a.D.; **Katja Keul MdB**, Parl. Geschäftsführerin der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN; **Dr. Jörg Semmler**,
Fraktionsdirektor der CDU/CSU-Bundestagsfraktion; **Frank Sobolewski, MDg**, Leiter der Zentralabteilung der Bundestagsverwaltung; **Dr. Michael Schäfer**,
Fraktionsgeschäftsführer der SPD-Bundestagsfraktion; **Sonja Amalie Steffen MdB**, Justiziarin der SPD-Bundestagsfraktion; **Prof. Dr. Arnd Uhle**, Lehrstuhl für
Öffentliches Recht, insbes. für Staatsrecht, Allgemeine Staatslehre und Verfassungstheorie an der Universität Leipzig
Geschäftsführer: **Dr. Alexander Troche**

Vorsitzender Dr. Johann Wadephul: Meine sehr verehrten Damen und Herren, herzlich willkommen! Einen schönen guten Abend! Freie Platzwahl - suchen Sie sich den Platz, von dem aus Sie den besten Blick haben. Berücksichtigen Sie bei Ihrer Platzwahl, dass dort hinten eine Präsentation eingeblendet werden wird.

Seien Sie uns herzlich willkommen zur Abendveranstaltung der Deutschen Vereinigung für Parlamentsfragen. Ich freue mich, dass Sie zahlreich erschienen sind. Bevor ich zu dem eigentlichen Thema dieses Abends komme, mache ich Werbung in eigener Sache.

Erstens: Wenn Sie die Veranstaltung unserer Vereinigung für wertvoll halten und vielleicht das eine oder andere Mal in die ZParl hineinblicken, dann sage ich Ihnen, dass sich Vorstand und Mitglieder dieser Vereinigung sehr freuen würden, wenn Sie darüber nachdenken würden, auch in Zeiten, wo manch einer meint, man müsse sich nicht mehr dauerhaft zu Organisationen bekennen, uns durch Ihre Mitgliedschaft und/oder das Abonnement der Zeitschrift zu unterstützen und dabei zu sein. Sich für Parlamentarismus auch unter neuen Herausforderungen zu interessieren ist nicht selbstverständlich. Denken Sie also vielleicht darüber nach, ob Sie unsere Vereinigung nicht durch Ihr persönliches Engagement verstärken können.

Zweitens: Wir führen am 23. März 2020 ab 13 Uhr bis in den Abend hinein eine Jubiläumsveranstaltung durch. Die Vereinigung besteht dann 50 Jahre. Wenn Sie an der Teilnahme interessiert sind, notieren Sie sich diesen Tag schon einmal in Ihrem Terminkalender und berücksichtigen Sie ihn bei Ihren Planungen für das nächste Jahr. Auch dort wollen wir interessante Diskussionen führen. Der Bundestagspräsident wird die Festrede halten, aber wir wollen auch einen Blick in benachbarte Parlamente in Europa werfen und uns auch mit weiteren Herausforderungen des Parlamentarismus in unserer Zeit auseinandersetzen.

Doch nun zum Thema des Abends: „Im Griff der Netzwerke? - Wandel und Herausforderungen der politischen Kommunikation“ ist unser heutiges Thema. Ich begrüße hierzu auch unsere Diskussionsrunde sehr herzlich und darf das Wort in die bewährten Hände meines Stellvertreters, Herrn Prof. Oberreuter, legen, der auch heute Abend die Veranstaltung leiten und moderieren wird. Vielen herzlichen Dank, dass Sie, lieber Herr Oberreuter, dazu bereit sind. Ich wünsche uns allen einen interessanten Abend.

Prof. Dr. Oberreuter: Vielen Dank, Herr Vorsitzender, der Abend wird mit Sicherheit interessant angesichts der Tatsache, dass Rezo etwas postet -- und 16 Millionen Menschen folgen ihm. Ansonsten bleibt in Berlin nichts geheim außer dem, was im Deutschen Bundestag geredet wird, um ein altes Wort aus dem Bonner Parlament aufzunehmen. Das heißt im Klartext: Die Schwierigkeit der parlamentarischen Kommunikation, die Öffentlichkeit zu erreichen - und das ist eigentlich der Kern der Realisierung von Repräsentation und parlamentarischer Legitimation -, ist historisch, und sie ist eigentlich ein Alltagsproblem, unter dem die Parlamentarier leiden, unter dem aber, glaube ich, auch die Rationalität der öffentlichen politischen Diskussion leidet.

Ich könnte mir vorstellen, dass in dem Thema „Im Griff der Netzwerke?“ zusätzlich Zuspitzungen dieser Herausforderungen zum Ausdruck kommen. Deswegen freue ich mich, dass Herr Jarren, der sich damit vielfältig auseinandergesetzt hat, bereit ist, mit uns darüber zu sprechen. Ich weiß nicht, ob er das Thema der „FAZ“ vom 10. Oktober 2019 aufnimmt, die vom präsidenten „Geschnatter“ gesprochen und das Thema mit Ausrufezeichen, Superlativen, Großbuchstaben verdeutlicht hat: Wie viel Kalkül steckt hinter Donald Trumps Twitter-Tiraden? - Wie viel Kalkül dahintersteckt, weiß ich nicht. Dass Rationalität nicht dahintersteckt, glaube ich zu wissen. Aber ich setze mich gerne jedem Angriff aus.

Ich freue mich und bin dankbar, dass sich dann eine Diskussionsrunde von Betroffenen und Mittägern anschließt, die in diesem Vermittlungsgewerbe auch ihre wichtige Rolle spielen: Herr Birnbaum, Herr Dimroth, Frau Fünffinger und Frau Grothe. Seien Sie herzlich willkommen. Aber bevor wir Girlanden winden, kommen wir lieber zur Sache. Herr Jarren, Sie haben das Wort.

Prof. Dr. Otfried Jarren: Vielen Dank, Herr Oberreuter. Ich bedanke mich herzlich für die Einladung zu diesem Anlass.

Niall Ferguson hat gestern in der „NZZ“ - ich komme aus der Schweiz, also lese ich selbstverständlich die „NZZ“ - geschrieben, die sozialen Medien seien die fünfte Macht, und das dann in Fortsetzung des Artikels, den Herr Oberreuter angesprochen hat, zu untermauern versucht.

Ich will Sie ein Stück weit in einen meines Erachtens massiven Veränderungsprozess mitnehmen, in dem auch wir stecken, deshalb massiv, weil er die Grundlagen dessen, wie wir bislang in politischer und sozialer Ordnung gelebt oder sie entwickelt haben, verändern. Dabei fange ich etwas abstrakter an, werde dann aber konkret.

Es ist nämlich ein Irrtum zu glauben, dass es die Digitalisierung alleine sei, die sozusagen die Veränderungen, vor denen wir momentan stehen, auslöst. Die Digitalisierung ist nur der Ausdruck, die technische Möglichkeit, dass sich plötzlich in der Gesellschaft Dinge ereignen, die uns nicht gefallen: Hass, personalisierte Angriffe, Gruppen, die sich bilden, im Darknet aufhalten und, und, und. Es handelt sich aber um ein Phänomen, das in der Gesellschaft besteht, aber erst durch diese neuen Technologien sichtbar wird und umsetzbar werden kann. Es entsteht eine neue Gesellschaft, es entsteht tatsächlich auch eine globale Kommunikationsgesellschaft, die mehr ist als nur die Technik. Die Technik ist bloß das Transportmittel, über das das möglich ist. Trump als Präsident auf Twitter ist ein Beispiel, es gibt weitere.

Social Media, meine Damen und Herren, sind eine vollständige Veränderung in der Kommunikation. Es sind Individualmedien. Jede und Jeder kann, wenn er oder sie denn möchte, irgendeine Äußerung zu irgendeinem Thema machen, Präsidenten genauso wie andere. Und das sind nicht nur Einzelne, die das können, sondern das können auch Gruppen sein, Menschen in großer Zahl oder Organisationen, private Organisationen jeglicher Art.

Wir haben eine vollständige Veränderung unserer Kommunikationsstruktur insgesamt. Diese Veränderung, die eingetreten ist - und das ist das Wesentliche -, basiert zum ersten Mal in der

Geschichte der Welt nicht auf Gesetzen. Wir haben immer Gesetze gehabt: Der Rundfunk wurde per Gesetz eingeführt, Radio und Fernsehen wurden überall auf rechtlicher Basis eingeführt. Wir haben es neuerdings mit privaten Unternehmen zu tun, die global antreten, ihre Technologien verbreiten, ohne dass es eine gesetzliche Grundlage gibt. Momentan sind wir dabei, nachzujustieren, zu überlegen: Muss man regulieren? Wie kann man regulieren?

Das Zweite ist: Es werden private Verträge geschlossen. Das, was dort stattfindet, ist ein privater Vertragsschluss zwischen einem Facebook-Nutzer oder einer -Nutzerin oder einem Twitter-Nutzer, nach deren Regeln, globalen Regeln. Die Rechte, die sie an Inhalten haben, geben sie an die Anbieter ab. Es entstehen ganz neue Kontaktverhältnisse, und die entstehen nicht irgendwie, sondern nach dem gleichen Recht global.

Dieser Veränderungsprozess hat massive Rückwirkungen auf die Nationalstaaten, auf die Form der politischen Kommunikation, ihre Institutionen, die Akteure, die Regeln und die Normen. Strukturell entwickelt sich ein mehr oder minder global ausdifferenziertes Vermittlungssystem - „MeToo“, Arabischer Frühling. Es sind plötzlich Kampagnen möglich, die globale Ansprüche zur Geltung zu bringen versuchen. Strukturell ändert sich damit also auch das, was man Öffentlichkeit nennt. Sie wird sozusagen allgemeiner, transnationaler, teilweise sogar global. Und es ändert sich sehr viel prozedural - darauf gehe ich noch ein -, weil einfach die Beteiligung von Einzelnen, von Gruppen, Organisationen und unter Beteiligung von Algorithmen ganz andere Formen der Art und Weise, wie Prozesse gestaltet werden können, auch wie Prozesse gemessen werden können, hervorbringt. Wer viele Follower hat, scheint mächtiger als jemand, der keine Follower hat, wer viele Likes und Re-Tweets und Tweets ermöglichen kann, wird anders angesehen.

Meine wichtige erste Botschaft: Wir haben es mit einer Plattformstruktur zu tun, über die die Kommunikation dominant abgewickelt wird. Plattformen sind grundsätzlich indifferent gegenüber politischen Gestaltungsräumen, Nationalstaaten. Bundesländern - in der Schweiz Kanton - oder Ähnlichem. Sie sind indifferent gegenüber den Werten, die bislang in diesen nationalen Räumen galten. Sie schaffen neue Relevanzordnungen, und sie verändern logischerweise auch Prozesse, institutionelle Regeln und Normen. Es ist eine vollständige „Verumdrehung“ von einem Anbietermarkt im Kommunikationssektor zu einem Nachfragemarkt.

Sie werden sich erinnern: Zunächst gab es die Presse. In den Zwanziger-Jahren des letzten Jahrhunderts kam das Radio dazu, in den Fünfzigern das Fernsehen. Jeweils gab es irgendwann mehr Kanäle. Es gab mehr Pressekanäle, es gab mehr Radiokanäle, es gab mehr Fernsehkanäle. Über den ganzen Zeitablauf gab es Ausdifferenzierungen. Das waren aber Anbieter; man konnte aus immer mehr Anbietern auswählen. Das hat sich jetzt radikal geändert. Jetzt sind die Nutzer dran und suchen sich das aus, was sie haben wollen, was ihnen zufließt, und damit haben alle Anbieter, die Massenkommunikation gemacht haben - Radio, Fernsehen und auch die Presse -, Schwierigkeiten, sich zu finanzieren, weil sie für die Reichweite Bindung, Werbung benötigen. Das marschiert alles auf die Social Media, teilweise auch auf Suchmaschinen, auf die ich hier nur am Rande eingehen will.

Wir haben es mit einer vollständigen Veränderung zu tun - und das ist das Wichtigste - von einem anbieter- zu einem ausschließlich nutzergetriebenen Markt, und zwar in einer Radikalisierung, wie wir sie bislang nicht kannten. Dies ist auch noch verdammt einfach für die, die nutzen wollen: Man kann es global nutzen, überall, jederzeit, allgemein zugänglich. Man loggt sich ein, man ist eingeloggt, man muss nichts zahlen, es ist kostenlos, keine Mitgliedschaft.

Es entstehen zwei- und mehrseitige Märkte. Es gibt Netzwerkeffekte, das heißt, man hat sogar Vorteile. Wenn man in einem Netzwerk ist, kann man mit immer mehr Leuten interagieren, die man selbst definiert oder die definiert werden. Das Ganze kann man realtime machen, und man kann auch Transaktionen damit verbinden. Dieser Umschwung ist eine Veränderung in Richtung einer Entwicklung des Internets of Things. Das sind die Voraussetzungen für Veränderungen technologischer Art, und sie sind sozial relevant.

An der Stelle kommt immer der Einwand: Ja, aber Social Media - denen vertraut ja keiner. - Irrtum! Natürlich wird denen nicht vertraut, aber sie können Macht ausüben. Sie können, wenn sie wollen - das erleben wir leider in Formen, die wir nicht akzeptieren wollen und dürfen -, dass Leute einfach etwas äußern oder postulieren. Sie tun's einfach und sind damit sozusagen mächtig geworden. Der Text von Ferguson weist auch genau auf diesen Effekt hin: dass sich plötzlich die Machtverteilung ändert.

Individuelles kollektives Beschaffen von Informationen, von Wissen, Kommunikation und Beziehungsmanagement wird über diese kleinen Geräte, die wir alle besitzen, und über die entsprechenden Plattformen abgewickelt. Wir sind sozusagen von einem klassisch-journalistisch geprägten Markt mit Anbietern zu einem Nachfragemarkt geworden, wo auch journalistische Inhalte genutzt werden, aber eben nur auch. Auch anderes wird genutzt.

Es gibt drei Effekte, die Sie alle kennen. Ich werde sie nicht vertiefen; Sie kennen sie alle. Auf der Mikroebene haben wir eine ganze Reihe von Effekten wie Shitstorms, Hatespeech, Lügen, Desinformation, Emotionalisierung, Polarisierung, Mainstreaming, Sichtbarkeitswettbewerbe usw. Worauf ich hinauswill: Es hat sich eine Kommunikation aufgebaut, die völlig anders ist, wie beim Gaming Lock-in-Effekte, wenn Sie mit jemandem gamen.

Was im Kontext mit Terrorismus ausgeführt worden ist: Man ist in einer ständigen Austauschbeziehung mit einer anderen Person, und man tauscht ganz schnell Informationen und Kommunikationen aus. Sie denken: Der Andere ist ja wie ich. Den kenne ich - vermeintlich! - gut, auch wenn ich ihn vielleicht noch nie gesehen habe. - Das führt zu Formen von Kommunikation, die man nicht akzeptieren kann, nämlich zu überrissener Kommunikation, scharfer Kommunikation, nachlässiger Kommunikation.

Wir haben es bei diesen Effekten - das ist mein Begriff - mit einer Art Überkommunikation zu tun. Man ist ständig dabei, zu kommunizieren, zu beobachten und sich auszutauschen, ohne dass man sich eigentlich fragt: Ja, brauche ich das? Will ich das, muss ich das? Wozu dient das eigentlich? - Die Technologie beim Lock-in-Effekt führt genau zu diesen schnellen Aussageprozessen und auch dazu, dass Leute etwas machen, was sie danach - nicht alle, aber einige - bereuen, weil sie gemerkt haben, dass diese Art der Kommunikation eigentlich nicht

richtig ist. Das ist die negative Seite. Die negative Seite ist massiv, denn sie zeigt momentan genau diese Form von Debatten- oder Nichtdebattenkultur, von Gewalt- und Hass-Kommunikation.

Auf der anderen Seite kann man sich mittels der schönen Technologien selbst darstellen, repräsentieren - das tun viele, das ist die eigene Organisation. Man kann sich auf eine Weise artikulieren, wie man es vorher nicht konnte. Man hat Zugewinne, man gewinnt demokratische Rechte hinzu. Und man kann sich selbst organisieren - darauf komme ich noch -, das ist jetzt nämlich die Konkurrenz für Verbände, Vereine und vor allem auch für die Parteien. Es gibt also eine ganze Mengen Möglichkeiten, die grundsätzlich positiv sind.

Lassen Sie mich einmal die Effekte, die ich sehe, an drei zentralen Kategorien der Politikwissenschaft - Herr Oberreuter hat mich ja dazu aufgefordert, mich damit auseinanderzusetzen - beleuchten: Interessenartikulation. Ja, wir haben mehr Möglichkeiten, unsere Interessen zu artikulieren oder Meinungen zu bekunden. Nur, die Frage ist: Welche Relevanz hat das, dass es immer mehr Meinungen gibt? Die Anzahl der Meinungen und Artikulationen nimmt massiv zu. Das können Sie nur noch technisch lösen, weil Sie gar nicht in der Lage sind, die Vielzahl der Meinungen - das kennt jeder von Ihnen - zu verarbeiten.

Schwieriger noch ist der Bereich der Interessenaggregation, eine ganz zentrale Aufgabe der politischen Parteien; sie sollen ja aggregieren. Wie aggregiert man eigentlich diese vielen Dinge, die dort kommen? Es gibt immer mehr Kommunikationen. Wie kann man die eigentlich zusammenbinden? Wie kann man die politikfähig machen? Wie kann man die in ein Gesetz bringen? Wie kann man die in eine soziale Aushandlung bringen? Das wird schwierig. Genauso wie die Interessendurchsetzung, nämlich die Frage: Wie koppelt man eigentlich Entscheidungen zurück in ein Publikum, das man nicht mehr allgemein erreicht - das gibt es nämlich nicht mehr -, sondern das man personalisiert erreichen muss mittels Algorithmen oder anderer Technik? Die Rückkopplungsprozesse werden also auch schwieriger.

Wir haben es mit einem Responsivitätsproblem zu tun. Die Responsivitätsdilemmata, die immer bestanden - in jeder Demokratie -, verschärfen sich deutlich, und das hat meines Erachtens dann zur Folge - Sie kennen es -, dass man die Politik basst, die politischen Institutionen angreift. Und da sich all das technisch durch Social Media beschleunigt, fragt man natürlich sofort: Hallo, warum kriege ich keine Antwort? Ich habe dir doch geschrieben! - Adressiert an irgendwen, also anonym. Man erwartet aber eine persönliche Antwort. - Wir haben ständig mit Kommunikationen, mit dieser Überkommunikationsproblematik zu tun, die sich meines Erachtens leider deutlich verschärft.

Schauen wir kurz die Mesoebene an: Das hat natürlich auch Folgen für die Organisation der Gesellschaft. Die Organisationen müssen plötzlich ganz viel Kommunikationsprozesse steuern. Es sind neue Akteure im Spiel, wie angedeutet, Organisationen, Gruppen, die auch kommunikativ mitspielen, und die sind plötzlich dynamisch da. Was mache ich dann? Die Krisen- oder Risikokommunikationspotenziale nehmen zu, die Dynamik insgesamt der Akteurskonstellation nimmt zu. Und wer bündelt jetzt? Vormalig war das System eher starr. Man

wusste, man muss über das intermediäre System mit den Zentrumsorganisationen und Parteien interagieren. Jetzt kann man sie überspielen, umgehen. Meines Erachtens werden in diesem Prozess die Parteien als Zentralakteure der Demokratie - Artikel 21 Grundgesetz; die Schweiz hat eine ähnliche Regelung - überspielt und haben Schwierigkeiten, sich unter ihren Organisationsbedingungen zu entwickeln und ihre Prozesse der innerparteilichen Willensbildung zu führen, was dann dazu führen kann, dass - Sie kennen es - Gesetzgebung und andere Sachen ausgelöst werden.

Wir haben es mit einer ständigen Überrollung, Überwölbung von Prozessen, die von außen kommen, zu tun, weil die Prozesse von außen ungesteuert sind. Sie werden nicht mehr gefiltert, sondern können sich jederzeit zur Eskalation unterschiedlichster Art formen. Das gefährdet meines Erachtens ein zentrales Element der Demokratie: Langsamkeit, Nachdenklichkeit, Parlamentarismus und Korporatismus - dass man mit den Beteiligten versucht, gute Lösungen auszuhandeln.

Aushandeln war immer schon schwierig und widersprüchlich, im Mehr-Ebenen-System sowieso. Das wird aber durch diese Formen der Kommunikation, die insgesamt da sind, noch stärker unter Druck gesetzt. Fragmentierungen aufseiten des Publikums erschweren dann natürlich auch die Rückkopplungsprozesse. Es wird für alle Organisationen, Regierungen, Parteien schwieriger, die Bürgerinnen und Bürger zu erreichen, weil das Vermittlungssystem sich verändert hat.

Damit komme ich zur Makroebene. Es leuchtet ein: Diese Veränderung, die wir jetzt haben, ist auch eine Veränderung der Öffentlichkeitsstruktur. Öffentlichkeiten waren bislang nationalstaatlich geprägt. Die Medien waren nationalstaatlich, Radio und Fernsehen wurden sogar auf die Gebietskörperschaften verpflichtet. Auch das private Fernsehen war nationalstaatlich. Die Plattformen sind es nicht, sie sind ungebunden. Sie haben kaum oder nur schwache Bezüge zu den nationalstaatlichen Regeln. Sie übernehmen dort zwar keine kommunikativen Aufgaben unmittelbar, aber weil man so stark nutzt, hat das Folgen für die Nutzung anderer Medien. Deswegen geht die Mediennutzung zurück - nicht nur bei den Jungen, dort aber sehr deutlich -, mit der Folge, dass die Werbung verloren geht, mit der Folge, dass die Aufmerksamkeit verloren geht, mit der Folge, dass das Geschäftsmodell dieser Medien insgesamt stark erodiert.

Die Veränderungsprozesse auf dieser allgemeinen Ebene sind, glaube ich, noch nicht zu Ende durchdacht im Sinne der Folgen, die man einfach sehen muss, die da sind. Es führt auf alle Fälle zu einer Überwölbung der Geltungsräume. Denken Sie an das Land Thüringen. Gibt es da alsbald noch eine Zeitung, oder gibt es keine Zeitung mehr? Für die Schweiz könnte ich Ähnliches berichten. Ganze Kantone, Gliedstaaten der Schweiz, sind ohne Medien, also ohne klassischen Journalismus. Ein Blatt nach dem anderen schließt.

Die politischen Geltungsräume, die zugleich auch immer Kommunikationsräume waren, werden von dieser Veränderung also tangiert. Die Geltungsnorm, die man hat - was ist relevant und was ist nicht relevant? -, wird überspielt. Wer attraktiver ist, wer mehr Tweets hat, wer

mehr Likes hat, wer mehr Follower hat, ist relevanter als jemand anders. Die Algorithmen rechnen nur so: Die schauen sich genau das an, was Erfolg hat, und bewerten das und verteilen damit auch soziale Relevanz und die soziale Ordnung anders.

Ein viel größeres Problem, auf das ich, wenn ich von der politischen Kommunikation draufschau, ist, dass wir unsere alte soziale und politische Ordnung verlieren. Vormalig konnte man wissen: Links - Rechts. Wer wissen wollte, was die Linken tun, guckte dahin. Wer wissen wollte, was die Rechten tun, schaute dorthin. Algorithmen kennen kein Links oder Rechts. Die kennen nur Themen oder Nutzer. Links oder Rechts kommt gar nicht mehr vor. Die soziale Ordnung der Gesellschaft war aber immer vom Mediensystem geprägt. Jeder Nationalstaat weltweit hat ein linkes, ein rechtes - um es jetzt ganz einfach zu sagen - Mediensystem, und man konnte sich untereinander beobachten. Das hat auch Verhandlungen und Austausch ermöglicht, Beobachtungsmöglichkeiten erst geschaffen. Die Algorithmen fahren quer dazu, sie interessieren sich weder für Rechts noch für Links. Das heißt, die Grundorientierungsmuster jeder Gesellschaft, die immer politisch mit Links, Rechts irgendwo zu tun haben, auch wenn es schon aufgeweicht war, gehen verloren. Und das Ganze hat - darauf gehe ich zum Schluss ein - auch noch massive Policy-Effekte, weil, wenn das klassische Mediensystem nicht mal reflektiert, das, was unter Social-Media-Bedingungen passiert, dann unter den Bedingungen von Social Media stattfindet. Was zukünftig Medienpolitik ist, was Gesellschaftspolitik ist und was Politik ist, wird dann dort definiert. Das ist die Aussage von Ferguson. Die fünfte Macht ist da, die vierte schwindet, verliert an Bedeutung. Die fünfte Macht ist da und ändert damit natürlich den gesamten Ordnungsrahmen, der da ist und da eine Rolle spielt. Wir haben es mit einer kommunikativen Revolution zu tun; es ist nicht mehr anders zu sagen. Auch in meinen Rollen, die ich in der Schweiz als Berater der Regierung wahrnehme, kann ich nur sagen: Es ist eine kommunikative Revolution, die durch die Individualisierung - Individualkommunikation, Gruppenkommunikation - das bisherige europäische Politikmodell, was stark auf kollektive Akteure, auf Interessenvertretung und bestimmte Art der Aussagen gesetzt hat, zwar nicht gleich zu einem Ende kommt, aber massiv unter Druck gerät.

Was wir im Medienbereich erleben, ist keine Konvergenz. Es konvergieren nicht die Teile zueinander. Es ist auch keine Transformation, sondern es ist ein Neu-Institutionalisierungsprozess mit neuen Playern, nach neuen Regeln, nach neuen Normen, und ein Abgang vom Markt weitestgehend der klassischen Player - wenn auch nicht aller -, die wir haben. Wir haben es schon mit erheblichen Veränderungen zu tun. Damit gehen natürlich Normen und Regeln, die wir bislang haben, verloren. Die klassischen gebündelten Produkte von Zeitungen, die linearen Programme von Radio und Fernsehen finden weniger Nutzung. Es geht - egal in welchem Land - radikal runter. Damit ist sozusagen die Relevanz, also der Fluss der Relevanz verknüpft, und es kommt zu einer Art Deinstitutionalisierung. Die wird noch vorangetrieben durch die algorithmische Verteilung, weil die Logik des Algorithmus ist: Das, was Otfried Jarren gerne hat, kriegt er immer wieder angeboten. Und wenn er sich mal so festgelegt hat, dann kriegt er halt das, egal von wem. Denn die Absender dieser Information, die Absender der Botschaften, die Absender der Videos sind dem Algorithmus relativ egal, sofern er auf diese Sachen rechtlich zugreifen kann. Das hat eine Reihe von Folgen für das

gesamte Vermittlungssystem, also für das intermediäre System und das Gefüge, in dem wir bislang Politik gemacht haben.

Die Medienkrise hat begonnen. Wir sind mittendrin, befinden uns in einem massiven Strukturwandel. Und diese Medienkrise hat Folgen für unser Politiksystem und seine Grundordnung. Die politische und soziale Ordnung wird mit der Medienkrise verschärft. Man kann jetzt argumentieren, wo und wie man ansetzen kann. Sie wissen alle, es wird diskutiert: Wie kriegt man die Giganten in den regulatorischen Griff, oder wie kann man erreichen, dass man fördert?

Wir haben in der Schweiz ein Gesetz gehabt mit einer Angebotsfinanzierung. Es ist im Parlament - das haben Sie vielleicht verfolgen können -, in der ersten Runde gescheitert. Es gab auch eine Diskussion, ob man die Verfassung ändern muss. Im Kleinstaat wird das logischerweise noch dramatischer gesehen als in einem großen Land wie Deutschland. In der Schweiz geht es langsam um existenzielle Fragen. Die Angebotsfinanzierung ist meines Erachtens schon nötig, um eine hinreichende demokratiepolitische Vielfalt zu haben, Vielfalt der Reflexionen und Auseinandersetzungen. Es ist aber nicht ausreichend, denn Sie können noch so viel finanzieren: Wenn das Publikum, und zwar das junge, aussteigt, sind Sie sie los, Stichwort Nachfragemarkt. Und das ist mein wichtiger Punkt: Wir haben es jetzt mit einem High-Choice-Markt und nicht mit einem Low-Choice-Markt zu tun. In der klassischen Massenkommunikation hatte man noch die Low Choice, man konnte zwischen ARD, ZDF, SAT 1 usw. entscheiden, aber man konnte nicht sehr viel entscheiden. Man konnte noch ausländische Sender schauen, aber nicht viele. Jetzt können Sie high-choice entscheiden, und das wollen vor allem die Jüngeren tun. Dementsprechend wählen sie gerade die entsprechenden Angebote ab.

Dritter Punkt: Medienunternehmen waren bislang mittelständisch, sie waren überwiegend in soziales, kulturelles Kapital im Nationalstaat eingebunden. Das ist noch da. Aber schauen Sie sich an, wie sich die großen Firmen, die Häuser entwickeln. Das, was neu kommt, ist nicht nationalstaatlich eingebunden. Es gibt keine soziale kulturelle Rückkopplung mit den jeweiligen Nationalstaaten. Die Veränderungen, die sich daraus ergeben, verändern also das gesamte, wenn man so will, gesellschaftliche Vermittlungssystem, und in dem Vermittlungssystem stellt sich zurzeit die Frage: Welche Relevanz hat zukünftig der Journalismus? Kann der Journalismus sein Vermittlungsprogramm, sein Auswahlprogramm, seine Unabhängigkeit, seine Art der Verarbeitung von Informationen und Bereitstellung von Informationen und seine demokratiestabilisierende Funktion eigentlich noch wahrnehmen, oder gerät er immer mehr unter die Räder dieser veränderten Bedingungen?

Die Diskussion wird in allen europäischen Ländern geführt, und sie zeigt sich recht deutlich. Ich habe mir erlaubt, von einem End-Game of Newspaper oder End-Game of Journalism zu sprechen und dahinter ein Fragezeichen zu setzen. Aber das ist ein wichtiger Punkt.

Ich komme zum Schluss: Wir stecken in einem massiven Strukturwandel. Es ist eine Neu-Institutionalisierung. Damit kommen neue Regeln und Normen und auch neue Relevanzen,

neue Akteure, neue Eliten, ökonomische Eliten in den Markt. Sie bedrängen die bestehenden Institutionen insbesondere in den Nationalstaaten. Sie haben erheblichen Einfluss auf die Art und Weise, wie kommuniziert wird, unter welchen Bedingungen gesellschaftlich kommuniziert werden kann, wie Öffentlichkeit hergestellt wird. Es kommt meines Erachtens dann darauf an, normativ sicherzustellen, dass wir eine vielfältige, plurale Öffentlichkeit haben, die auch kritisch mit dem umgeht, was bei Social Media passiert.

Wer mit dem Argument kommt, Social Media habe ja ganz hohe Vertrauenswerte, hat recht, weil dies jede Befragung zeigt. Und trotzdem nimmt jeder das Ding in die Hand - wie Trump - und übt damit Macht aus. Wir dürfen nicht unterschätzen, dass dieses Gefühl von Machtausübung etwas überwölbt, nämlich die Frage: Muss oder kann ich dem eigentlich vertrauen? Das ist, glaube ich, die wesentliche Unterscheidung, weshalb man mit viel mehr Sorgfalt hinschauen muss, was sich dort gesellschaftspolitisch tut, und auch mit großer Sorge sehen muss, welche Folgen das in diesem Veränderungsprozess haben kann.

Herzlichen Dank.

(Beifall)

Prof. Dr. Oberreuter: Vielen Dank, Herr Jarren. Es ist ganz an uns, zu erschauern über all das, was Sie uns über die Revolution der Kommunikation mitgeteilt haben.

Es ist interessant, dass laut der neuen Shell-Jugendstudie die jungen Leute sagen: Wir rezipieren zwar die klassischen Medien nicht, aber vertrauen ihnen am meisten. - Da frage ich mich nur: Wie kann Vertrauen zu etwas wachsen, was ich gar nicht kenne? - Aber vielleicht ist auch das eine Revolution.

Wir haben wahnsinnig viele herausfordernde Thesen gehört, die uns als Parlamentarismusfreunde vielleicht sprachlos oder zumindest sprachlos machen, wo man sich fragen muss: Welche Rolle spielen Institute? Sie sprachen von der um sich greifenden Regellosigkeit, von Problemen der Rückkopplung, der Responsivität, von Deinstitutionalisierung, von Wandlungsprozessen der Öffentlichkeit.

Sie sprachen auch von einer neuen Machtverteilung, nämlich: Die machen es einfach. - Und wenn ich mir einige Ereignisse der letzten Zeit angucke, dann stelle ich fest, dass man bei Demonstrationen auf den Straßen und im Umfeld Berliner Bundesgebäude kommunikative Akteure findet, die sagen: Was wollen wir uns an die Regeln halten, wenn die Welt untergeht? - Das Notstandsargument ist schon immer ein schlagkräftiges Argument gewesen, um sich jenseits des Rechtsstaats Durchsetzungsmacht zu organisieren.

Aber das alles sind die fundamentalen Herausforderungen eines parlamentarischen Institutionensystems, und der Dinosaurier dieses Systems, Jürgen Rüttgers, hat vor Jahren ein Buch geschrieben über die Parteien als Dinosaurier der Demokratie. Vielleicht sind die klassischen Medien die Dinosaurier des Kommunikationssystems? Er hat gefragt: Welche Relevanz hat künftig noch der Journalismus? - Frau Fünffinger: Welche Relevanz hat künftig noch der Journalismus?

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): Da würde ich immer sagen - und nicht nur, weil ich Journalistin bin -: doch hoffentlich eine sehr große. Die Frage ist nur, wie es sich umgestaltet und wie es sich von außen umgestalten lässt, oder ob man das noch selbst steuert oder es auch selbst steuern kann.

Ich kann ja nur für den Bayerischen Rundfunk berichten, für den ich hier sitze: Sie werden es nicht wagen, in München im Funkhaus noch zu sagen: Ach, das Online interessiert mich nicht! - Da werden Sie komische Blicke ernten, nicht nur von Vorgesetzten, sondern auch von Kollegen. Was will ich damit sagen?

Herr Jarren, Sie haben gesagt: Die fünfte Macht - da muss man ja immer davon ausgehen, dass die Medien die vierte sind. Die kann man nun nutzen, die kann man wollen oder kann man ablehnen. Letzteres wäre ganz schlecht - wenn man versuchte, noch einmal dorthin zu gehen, was vorher war, als wir noch alle brav unsere Zeitung lasen und um 20 Uhr vor dem Fernseher saßen. Fragen Sie Ihre 14-jährigen Kinder, ob die das machen. Die Antwort ist wohl allen klar.

Ich kann berichten, warum wir als Medien möglicherweise doch noch relevant sind, zu der Bedingung von Social Media und unserer Zunft aus einem Beispiel, das noch gar nicht so lange zurückliegt: Ich habe am 2. Juni gearbeitet, das war ein Sonntag. Ich musste irgendetwas fertigmachen, und dann kam die Eilmeldung: Andreas Nahles tritt zurück. - An einem Sonntagvormittag! Das ist ein wirklich blöder Termin für Journalisten, die allein in der Arbeit sitzen, weil sie keinen Kollegen haben, der jetzt mithilft, und weil noch dazu - wir sind ja mittlerweile trimedial aufgestellt, aber in dem Fall war ich für das Radio zuständig - alle Sender jetzt mit Ihnen reden wollen. Alle! - So. Und ich weiß auch nur, dass sie zurücktritt. - Also gut: Ich befasse mich mit der SPD, ein bisschen mehr konnte ich schon erzählen. Aber wo kriege ich jetzt die Reaktion her, wo kriege ich ihre Erklärung her, und das alles möglichst innerhalb einer halben Stunde? - Ja, über Twitter bekomme ich sie. Ich bekomme sie über ihren Facebook-Account; da hat sie ihre Erklärung nämlich gleich eingestellt.

Ich konnte sofort daraus zitieren, und ich musste mich nicht wundtelefonieren mit der Pressestelle und mit anderen Kollegen. Herr Lindner von der FDP hat sein Bedauern ausgedrückt; auch das konnte ich gleich zitieren.

Was möchte ich damit sagen? Ich konnte das in diesem Moment wunderbar verwenden, weil ich die Quelle sozusagen auf meinem Bildschirm hatte. Ich musste noch nicht einmal telefonieren. Wo aber war jetzt der Nachteil? Ich habe mit niemandem telefoniert. Solange wir das noch beibehalten, funktioniert, glaube ich, auch klassischer Journalismus, und deswegen wird man auch gebraucht: weil wir immer noch mit den Menschen reden. - An diesem Sonntagvormittag allein im Studio war es super, weil ich ja trotzdem in der Welt war. Aber wenn es um die großen Dinge geht, wenn es um langfristige Geschichten geht, spreche ich immer noch mit Menschen, und ich glaube, allein deswegen sind wir relevant.

Prof. Dr. Oberreuter: Herr Birnbaum, haben Sie auch die Illusion, dass der „Tagesspiegel“ noch eine Zukunft hat?

Robert Birnbaum („Der Tagesspiegel“): Wenn ich meinen spöttischen Moment habe, dann frage ich mich immer, wer zuerst in Rente geht: ich oder mein Blatt? - Ich glaube schon, dass wir noch eine Zukunft haben.

Im Moment haben wir ja eine Situation, die noch nicht so eindeutig ist wie die Zukunftsvisionen, die Sie entworfen haben. Ich will ein kurzes Beispiel nehmen, das von Ihnen schon erwähnte Rezo-Video. Dieses Video hat lange Zeit relativ unbeachtet im Netz gestanden und wurde in dem Moment politisch relevant, in dem wir es - also als System, als klassisches Mediensystem - aufgegriffen haben. Vorher hat das niemanden interessiert. Da haben sich das ein paar Leute in den Media-Abteilungen angeschaut, aber das Ding ist erst richtig in die Luft gegangen, als wir anfangen, darüber zu schreiben.

Ich glaube, wir sind da noch in einem Zwischenstadium, und ich bin nicht ganz sicher, ob wir dieses Zwischenstadium nicht über sehr lange Zeit aufrechterhalten werden, weil es ja jenseits dieses globalen Systems, das Sie beschreiben, immer wieder auch Untersysteme gibt, die sich organisieren, die sich nach wie vor national organisieren, die sich entlang von Interessensträngen organisieren. Und da gibt es auch ganz unterschiedliche Relevanzfragen. Ich habe durchaus die Hoffnung, dass ein klassisches Medium nach wie vor sowohl von den Akteuren in der Politik als auch von den Akteuren draußen, von den Nutzern, von den Lesern als relevanter wahrgenommen wird. Ob die nun mein Medium nehmen oder irgendein anderes Medium, ist eine völlig andere Frage. Die werden sich möglicherweise den Rücktritt von Frau Nahles bei ihnen anhören und nicht bei mir.

Ob das die gesamten Marktstrukturen verändert? - Da bin ich jederzeit bei Ihnen; das wird sich wahrscheinlich sehr verändern. Ich glaube nicht, dass allzu viele überleben werden. Trotzdem ändert das nichts daran, dass es das Intermediäre weiterhin geben wird.

Prof. Dr. Oberreuter: Frau Grothe, Ihre Aufgabe in der FDP ist es, Social Media für die eigenen Überzeugungsstrategien einzusetzen. Wenn ich Herrn Jarren richtig interpretiere, beteiligen Sie sich damit in gewisser Weise am Niedergang der Rationalität der politischen Diskussion.

Katrin Grothe (Leiterin der Abteilung für Soziale Medien, FDP-Bundestagsfraktion): Ich würde das ein bisschen anders sagen, nämlich: Wir haben als Politik einen Informationsauftrag, und das ist ja nichts, was man sich einbildet, sondern das ist das, was uns auch die Verfassung vorgibt, zum Beispiel auch als Fraktion: Wir müssen die Bürgerinnen und Bürger über unsere Arbeit informieren. Immer mehr Bürgerinnen und Bürger trifft man nun einmal nicht auf dem Marktplatz. Die sind in den sozialen Medien unterwegs, und deswegen, glaube ich, reicht es im Jahr 2019 nicht, einen Flyer auszudrucken, in den Glaskasten am Rathaus zu hängen und dann darauf zu warten, dass die Bürger daran vorbeilaufen. Sondern ich glaube, wir, insbesondere die demokratischen Parteien, haben auch die Pflicht, dorthin zu gehen, wo die Bürger sind, und sie da zu informieren. Um es ganz klar zu sagen: Wenn wir das nicht machen, dann machen das andere. Dann überlassen wir das Feld den Populisten links oder rechts, und ich glaube, das kann niemand von uns wollen.

Prof. Dr. Oberreuter: Herr Dimroth, wie schwierig ist es, in der jetzigen oder in der neuen Öffentlichkeitsstruktur Angela Merkel Gehör zu verschaffen?

Dr. Johannes Dimroth: Angela Merkel, glaube ich, verschafft sich bei jeder Gelegenheit selbst Gehör. Es ist nicht so wahnsinnig aufwendig, da die entsprechende Plattform zu schaffen. Da sticht nach wie vor die Relevanz, und insofern haben wir damit nicht so große Probleme, Angela Merkel Gehör zu verschaffen.

Ich habe vielleicht institutionell - im Vergleich zu Herrn Birnbaum - als Mitarbeiter der Bundesregierung auch den großen Vorteil, dass ich relativ sicher sein kann, dass diese Institution noch besteht, wenn ich in den Ruhestand gehe, auch wenn es noch ein bisschen länger dauert als bei Herrn Birnbaum. Aber Spaß beiseite! Natürlich werden wir gewahr, dass wir auch als Institution Bundesregierung in einer Vertrauenskrise stecken, ähnlich wie teilweise die etablierten Medien, wiewohl ich Herrn Jarren da ein Stück weit widersprechen möchte. Soweit ich die Studienlage kenne, ist es schon so, dass jemand, der sich politisch interessiert und nach Informationen sucht, immer noch sehr stark auf etablierte Medien bei der Findungsphase von Informationen setzt. Das können ja durchaus Informationen sein, die von einem etablierten Medium stammen, aber eben inzwischen über soziale Medien, über entsprechende Web-Auftritte verbreitet werden. Also die Kanäle mögen andere sein, das Vertrauen, das den sogenannten etablierten Medien entgegengebracht wird, mag gesunken sein, ist aber immer noch sehr relevant.

Insofern stellen wir uns als Bundespresseamt ja auf ganz unterschiedliche Säulen bei dem Versuch, die Politik der Bundesregierung zu erklären. Einen großen Teil unserer Arbeit nimmt nach wie vor die ganz klassische Pressearbeit ein, weil wir eben der Auffassung sind, dass dieses Medium sehr wohl noch eine sehr große Relevanz hat, auch bei dem Erklärversuch der Politik der Bundesregierung.

Aber daneben stellen wir auch fest, dass auch die Bundesregierung in einer Vertrauenskrise steckt, wenn diese Regierung laut einer Bertelsmann-Studie schon nach 15 Monaten mehr als 60 Prozent des Koalitionsvertrags erfolgreich abgearbeitet hat und damit eine der erfolgreichsten - wenn das der entscheidende Parameter ist - der jüngeren Geschichte ist. Wenn gleichzeitig aber weniger als 10 Prozent der Menschen glauben, dass größere Teile des Koalitionsvertrags abgearbeitet sind, dann stellen sich für uns große Fragen; da gibt es gar keine Diskussion. Und wir versuchen eben, so ähnlich wie Frau Grothe es gesagt hat, neben der klassischen Pressearbeit auch dahin zu gehen, wo die Menschen sind, wohl wissend, wie vielen Widersprüchen wir uns damit aussetzen. Aber wir sind fest davon überzeugt, dass es keinen Sinn macht, dieses Feld anderen zu überlassen. Deswegen sind wir auf Facebook unterwegs. Wir sind natürlich mit einem starken Web-Auftritt unterwegs. Wir sind bei Instagram, wir versuchen gerade, einen YouTube-Kanal zu revitalisieren, und wir versuchen auch immer wieder, neue Formate zu etablieren.

Beispielsweise haben wir jetzt, nachdem wir festgestellt haben, dass der Versuch, das Klimaschutzprogramm der Bundesregierung in seiner Gänze und auch in seinem Narrativ der

Öffentlichkeit wirklich erfolgreich zu präsentieren, gescheitert ist, einen Audio-Podcast etabliert, haben mit mehreren Ministerinnen und Ministern gesprochen, um sozusagen den Playern einmal eine Plattform zu verschaffen, um die sehr wohl komplexen politischen Fragestellungen auch etwas zu erläutern.

Was will ich damit sagen? Wir öffnen uns diesen Kanälen. Wir wissen, dass das nicht trivial ist, auch unter Gesichtspunkten, die hier noch nicht diskutiert wurden, beispielsweise Datenschutz und die Frage, inwieweit man als staatliche Institution eigentlich solche privatwirtschaftlichen Unternehmungen dadurch stützt, dass man sie mit Content füttert.

Das sind natürlich Fragen, die uns beschäftigen. Wir glauben dennoch, dass wir unserem Auftrag, der ja letztlich auch verfassungsrechtlich determiniert ist - die Öffentlichkeit über die Arbeit der Bundesregierung zu informieren -, nur nachkommen können, indem wir uns diesen Kanälen nicht verschließen, sondern uns unter den zur Verfügung stehenden Rahmenbedingungen öffnen und insoweit alles dafür tun, die Leute da zu erreichen, wo sie sind, da abzuholen, wo sie sind.

Die Kanzlerin hat gesagt: Wir müssen wieder besser zueinanderfinden. - Ich glaube, das ist genau der Auftrag, der uns bei unserer Arbeit leitet.

Prof. Dr. Oberreuter: Vielen Dank. - Die Bundesregierung wird mit Sicherheit noch bestehen, die Frage ist nur: mit welcher Autorität in einigen Jahrzehnten?

Herr Jarren, die Kollegen am Podium sind sich durchaus im Klaren, dass Sie eine erhebliche Konkurrenz bedrückt oder bedrängt. Sie sind aber relativ optimistisch, mindestens in absehbarer Zeit damit klarzukommen - was immer klarzukommen heißt -, also auf alle Fälle in gewisser Weise Existenz und Einfluss zu verteidigen. Das, glaube ich, ist das Fazit dessen, was wir gehört haben. Jetzt würde mich interessieren, ob Sie die Kollegen für hemmungslos optimistisch halten oder ob da nicht doch das eine oder andere an Institutionen- und Rationalitätsverteidigung noch eine Chance hat.

Prof. Dr. Otfried Jarren: Man könnte das mit den Apotheken vergleichen; Sie sehen ja auch, wie die werben. Wenn man jetzt den regulierten Apothekenmarkt ändern würde: Wie viele Apotheken gäbe es dann noch? Ich will nur den Vergleich anstellen, weil man ja sehen kann: Wie gelange ich an Informationen? Wie gelange ich an Medikamente?

In den USA kennt man sicherlich andere Märkte. Dann sieht man natürlich: Wenn Regulierung da ist, dann führt das auch dazu, dass ein bestimmtes System, in diesem Fall die Apotheke, bleibt. Was ja völlig richtig ist: Die Inhalte, die dort geteilt und verbreitet werden, kommen mehrheitlich von den Massenmedien, das ist völlig klar. Das sind die Inhaltserzeuger, das wird verbreitet; alle unserer empirischen Studien zeigen das. Und klar ist auch, dass das Vertrauen in die Massenmedien hoch ist - auch sinkend, aber relativ hoch. Trotzdem!

Wo ist die Nutzung? Das Dilemma ist ja hier die Nutzung, und das polarisiert derweil, das heißt, es gibt die Jüngeren und es gibt die Älteren, und das Polaritätenprofil, das wir dort haben, ist krass. Das führt zu einem völlig veränderten Nutzungsmuster. Das führt dazu, dass die

Reichweiten sinken. Und mit jedem Streamer im Markt - von Netflix bis zu anderen - sinken die Reichweiten weiter, und es kommt noch Disney hinzu usw. Wenn man sieht, was das allein nur im Fernsehmarkt heißt! Die anderen lasse ich draußen.

Das Zweite ist das Argument Zahlungsbereitschaft. Natürlich will man die Informationen haben. Aber will man auch für sie zahlen? Die Zahlungsbereitschaft ist ein Dilemma, in dem wir stecken, das heißt, die Zahlungsbereitschaft besteht nur begrenzt. Paywalls kriegen Sie teilweise nicht durch. Wenn Sie sie einführen, haben Sie eine Einnahme, aber die ist geringer, und zwar weltweit geringer, als die Einnahme, die Sie sonst erzielen würden. Das heißt, die Ausfinanzierung des Journalismus wird zu einem Problem. Selbst wenn Sie eine Paywall haben, können Sie die gewünschten Erlöse nicht erzielen. Die Zahlungsbereitschaft ist also ein Problem.

Und dann können Sie noch die Werbung betrachten. Wo geht denn die Werbung hin? Die Werbung geht ganz klar weg von den Medien; sie ist schon weg. Da sind zweistellige Rückgangsraten zu verzeichnen. Das geht auf die Suchmaschine, das geht zu Social Media. Und das geht weiter. Es gibt keinen empirisch belegbaren Grund, davon auszugehen, dass das nicht der Fall ist. Warum? Weil die Transaktionen dort stattfinden. Ich kann jemanden beobachten, der gerade in die Werbung schaut oder mit jemandem etwas teilt und danach das Produkt kauft. Das kann ich nicht bei Radio, Fernsehen und Zeitung - leider; ich bin ja ein Anhänger der Massenmedien. Das heißt, die Transaktionen gehen dorthin, und weil die Transaktionen dort sind, geht die Werbung dorthin. Die Werbung wandert aus. Sie wird nicht mehr wesentlich zur Finanzierung beitragen. Das ist das Problem, das wir haben; deswegen mein Versuch.

Die Technologie 5G und Internet of Things ist eine massive Verschiebung von vielen institutionellen Logiken, auch in diesem Sektor. Das führt dazu, dass da das Geld hingehet, wo die Transaktionen sind, und die sind leider eben nicht so möglich bei einer Zeitung, sind nicht möglich bei Radio und Fernsehen.

Der regulierte Sektor, das heißt die öffentlichen Rundfunkanstalten, haben ihr Geld - immerhin. Allen anderen - die bitten ja teilweise auch schon um Gebühren, Pro 7 beispielsweise - fehlt das Geld. Wir erstellen gerade ein Gutachten, das wir im November vorlegen werden. Dort werden wir auch diese Markteffekte zeigen.

Deutschland ist der stärkste Werbemarkt. Wir haben einen riesigen und starken Werbemarkt. Wenn man die Daten anschaut, sieht man, welche Veränderungen wir in sehr kurzer Zeit erleben. Leider! Die Refinanzierung der journalistisch-publizistischen Leistung wird zu einem Problem. Zwar gibt es tatsächlich, wie Sie, Herr Oberreuter, sagten, ein ganz starkes Interesse, dass es das gibt, und das Vertrauen ist auch da. Aber die Bereitschaft der Bezahlung für die Nutzung ist geschwunden. Und das hat damit zu tun, dass im Markt so viel verfügbar ist und immer mehr verfügbar wird, und der Algorithmus mir auch noch zusätzlich etwas gibt, was ich vielleicht gar nicht bestellt habe, aber von ihm bekomme - das bekommen Sie auf jeder Streaming-Plattform angeboten -, dass ich sozusagen gar nicht das Gefühl habe, mir fehlt etwas. Wenn sie die Jungen fragen, sagen alle und auch andere: Wir haben doch viel zu viel

Informationen! - Der Eindruck entsteht mit der Überkommunikation, es sei zu viel Information da, weshalb die Bereitschaft, die relevante Information, die wichtige usw. entsprechend mit einem Geldetikett zu versehen und die Zahlungsbereitschaft auszulösen, fehlt. Wir haben ein Zahlungsbereitschaftsdilemma, und das verschärft sich, verschärft sich massiv.

Prof. Dr. Oberreuter: Wenn ich einmal versuche, das auf die Reihe zu kriegen, dann lautet doch die Frage für uns als Parlamentarismusforscher: Diese Veränderung der Nutzungssituation hat offensichtlich dann auch erhebliche rationale und institutionelle Konsequenzen, zumindest potenziell. Sie haben uns ja, Entschuldigung, doch ein Schreckgespenst dorthin projiziert. Das meine ich gar nicht abwertend. Wir haben ja ohnehin Probleme, parlamentarische Legitimationsprozesse - auch schon mit den alten Medien - in Gang zu setzen.

Als die brandenburgische Ständeversammlung zum ersten Mal getagt hatte und die Protokolle ausgehängt worden waren, haben sich die Leute die Nase an den Glaskästen plattgedrückt. Ich weiß nicht, was ein normaler Mensch heute mit einem Bundestagsprotokoll macht; ich will mir das jetzt nicht ausmalen. Aber ich meine, die Attraktivität eines politisch-demokratischen Prozesses im Sinne von Partizipation und geregelter Mitgestaltung ist doch im Grunde ein Gegenmodell zu dem, was Sie uns entworfen haben. Und wenn ich die Kolleginnen und Kollegen richtig interpretiere, dann ist eine große Bereitschaft, eine große Anspannung da, in diesem Wandlungsprozess in gewisser Weise die klassischen Nutzungs- und Rationalitätskriterien aufrechtzuerhalten, und das so lange wie möglich. Das ist jetzt mein Fazit, und ich wünsche Ihnen viel Erfolg dabei. - Frau Fünffinger, Sie wollten etwas dazu sagen?

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): Danke für den Wunsch. Ich möchte immer noch ungern schwarzmalen, dass wir in zehn Jahren nicht mehr in dieser Form zusammensitzen, sondern eben genau deswegen sagen: Weil gerade passiert, was passiert, weil wir, wie ich vorhin schon sagte, einander ja auch bedingen könnten, stellt sich auch die Frage: Was müssen zum Beispiel wir Öffentlich-Rechtlichen tun? Wir stehen sehr massiv in der Kritik. Das Wort „Lügenpresse“ habe ich zum Glück persönlich noch nicht gehört, aber genügend Kollegen müssen sich das anhören. Also was tun wir? Wir müssen für die Glaubwürdigkeit zeigen, wo der Unterschied liegt. Und den sehen Sie bei manchen Themen sehr schnell. Und das ist ja auch das, was Herr Jarren ausgeführt hat: Ich kann mir im Internet das suchen, was ich brauche. Wenn ich nun einmal glaube, dass die Erde eine Scheibe ist, wird mir das Internet liefern, dass sie das ist. Ich muss ja nur dorthin, wo das steht, und wenn das dort steht, dann ist das ja so. - Das ist in der Tat ein Dilemma für diejenigen, die bislang gedacht haben, wir müssen nur eine ordentliche Wissenschaftssendung machen, dann hören das die Leute schon. - Ich möchte jetzt nicht sagen, das funktioniert nicht ganz, aber wir haben da jetzt nicht die Reichweiten, die vielleicht der „Tatort“ am Sonntagabend hat, und selbst der muss sich Gedanken machen.

Was also möchte ich sagen? Ich möchte die Glaubwürdigkeit thematisieren. Im Internet kann jeder schreiben, was er möchte. Ich kann meinen eigenen YouTube-Kanal aufmachen. Ich kann Beauty-Tipps geben. Ich kann mich oder wen auch immer bei Instagram fotografieren - und schon ist das da draußen. Wer hat es kontrolliert? Niemand.

Und ich will auch noch einmal klar machen, dass wir uns in unseren Redaktionen sehr wohl kontrollieren, dass mir der Redaktionsleiter sagt: „Anita, das kannst du nicht formulieren!“, dass ich mit dem CvD um ein Wort streite: Können wir das machen oder können wir das nicht so machen? - Das ist der Unterschied. Aber der ist, glaube ich, zumindest in manchen Schichten noch nicht klargeworden.

Ich weiß noch nicht, wie man es machen kann. Ich denke da zum Beispiel an Medienerziehung in der Schule, ein ganz wichtiges Feld, wo die Politik auch zu einem großen Teil geschlafen hat. Man könnte schon in der 1. Klasse anfangen: Was glaubst du eigentlich, was dort steht? Wer hat das geschrieben? Wer hat es geprüft, und stimmt das eigentlich? - Ja, wenn es dort steht, muss es doch stimmen. Oder nicht? - Ja, ganz oft ist es: Oder nicht. -

Und ich rege an, dass wir noch einen Schritt zurückgehen, um uns anzuschauen: Was haben wir da vor zehn, fünfzehn Jahren verpennt und falsch gemacht? Das könnte jetzt noch die Lösung sein, damit man sich auch in Zukunft diese Glaubwürdigkeit erhält. Sie haben es auch gesagt: Wenn man dann die Leute fragt, wer denn jetzt eigentlich vertrauenswürdig sei und ob man der Regierung, dem SPIEGEL, der Zeitung, der ARD noch trauen könne, dann sind die Zustimmungswerte ja noch da, aber die Nutzung nicht, und das ist unser Dilemma. Wir müssen also auch rein die Kanäle. Der BR macht das zum großen Teil. Wir haben eine News-WG gegründet, die Instagram-Stories macht. Sie hat mittlerweile Zehntausende Follower, kriegt einen Preis nach dem anderen, und daran kann man sehen: Das ist genau richtig. Die erklären Politik in Jugendsprache, aber nicht anbiedernd, nach dem Motto „So, du Kleiner, ich sage dir jetzt mal, wie das ist.“, sondern so, wie die Jugend zur Jugend spricht. Das könnte eine Möglichkeit sein, ist aber nicht die einzige.

Prof. Dr. Oberreuter: Frau Grothe.

Katrin Grothe (Leiterin der Abteilung für Soziale Medien, FDP-Bundestagsfraktion): Ich würde bei dem Punkt zustimmen, dass das gar nicht so sehr ein Gegeneinander sein muss, sondern es eher ein Miteinander sein könnte. Und: Mich ermüden diese Diskussionen immer auch ein bisschen: Das eine verdrängt jetzt das andere, und dann wird es das gar nicht mehr geben. - Diese Diskussion gab es auch, als wir noch Radio hatten und dann Zeitungen eingeführt wurden. Und als es das Fernsehen gab, gab es diese Diskussionen auch schon. Und Überraschung! Wir haben heute immer noch Radio, Fernsehen und immer noch die Zeitschriften.

Natürlich ändern sich die Rollen - das ist, glaube ich, das Entscheidende - der einzelnen Medien. Aber weil Sie gerade, Herr Prof. Jarren, auch Donald Trump angesprochen haben: Ja, Donald Trump hat auf Twitter mehr Follower als die „New York Times“, aber die „New York Times“ hat allein in der ersten Woche seiner Präsidentschaft 40 000 neue Abonnenten gewonnen, weil die Leute gemerkt haben: Oha, hier geht es jetzt um etwas! Da ist eine Relevanz; wir brauchen jetzt jemanden, der uns diese Informationen nicht mehr nur beschafft, sondern diese Informationen für uns erklärt, sie aufbereitet, der uns den Kontext gibt. - Und ich glaube, dass das die Aufgabe

des Journalismus ist, die es auch weiterhin geben wird. Guten Journalismus werden wir immer brauchen, ist meine Meinung.

Prof. Dr. Oberreuter: Donald Trump würde die Information, dass die „New York Times“ seinetwegen 40 000 Leser gewonnen hat, glatt als Fake News hinstellen. Aber das ist ja eine der Herausforderungen - Sie haben auf Nachrichten und Verlässlichkeit hingewiesen -, dass wir auch darüber eigentlich keine verlässlichen Positionen mehr haben. - Sie grinsen so schön.

Robert Birnbaum („Der Tagesspiegel“): Er hätte etwas anderes gemacht: Er hätte es zu seinem Erfolg erklärt.

Prof. Dr. Oberreuter: Das ist denkbar, ja. - Aber jetzt möchte ich von der Regierung doch noch einmal hören, ob sie noch einen zusätzlichen Aspekt einbringen kann.

Dr. Johannes Dimroth: Ich wünschte jedenfalls manchmal, um wieder mit einer halbernst gemeinten Bemerkung einzusteigen, dass der Regierungssprecher mit seinem Twitterkanal eine ähnliche Reichweite hätte wie der amerikanische Präsident. Daran arbeiten wir. - Nein, Spaß beiseite! Ich glaube in der Tat, dass das, was Frau Fünffinger gesagt hat, richtig ist:

Ein Schlüssel kann das Thema Medienkompetenz, Quellenkompetenz sein, was sicher unterausgeprägt ist in Bildungssystemen, wo vielleicht aber auch tatsächlich die Landes- und die Bundesregierung eine gewisse Verantwortung tragen. Wir als Bundespresseamt nehmen diese Verantwortung jedenfalls ernst und wollen auch versuchen, da unseren Beitrag zu leisten, wiewohl das immer an der Grenze zur politischen Bildung läuft, und da ist dann schon eine institutionelle Grenze auch für das Bundespresseamt.

Ein weiterer Punkt, der von Relevanz ist, der jedenfalls uns auch umtreibt, ist nicht nur die Frage der Kanäle, sondern auch: Wie bereit sind wir eigentlich als Bundesregierung - und das gilt vermutlich in weiten Teilen gleichermaßen für das Parlament -, Entscheidungsvorgänge etwas transparenter zu erklären? Das ist nicht ganz trivial, denn natürlich gehört es zum Kernbereich der Exekutive, bestimmte Abstimmungsprozesse eben nicht öffentlich zu machen.

Ein guter Kompromiss ist im grellen Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit nicht so ohne Weiteres hinzubekommen; das ist klar. Andererseits haben wir aber schon Interesse - und da brauchen wir wiederum doch die etablierten Medien, die häufig die ja sehr komplexen Entscheidungsprozesse - noch einmal das Beispiel Klima-Maßnahmen der Bundesregierung - so erklären, dass deutlicher wird, dass dieses System, wie es nun einmal ist, innerhalb der Bundesregierung mit dem Ressortprinzip in der Regel über einen Diskussionsprozess zu einem besseren Ergebnis führt, als wenn jeweils nur ein Fachminister oder auch nur die Bundeskanzlerin entscheiden könnte. Weil aber diese Bereitschaft etwas unterausgeprägt ist, diese Prozesse ein Stück weit zu öffnen und zu erklären und damit auch zu entmystifizieren, beschränkt sich heute ein Teil jedenfalls der öffentlichen Rezeption auf 1:0-Berichterstattung - Minister X setzt sich gegen Ministerin Y durch; Riesenklatsche für Minister A -, während das Sachthema ins zweite Glied rückt. Und das ist eine gewisse Schwierigkeit, weil damit natürlich der Eindruck entsteht, dass die Regierung selbst gar nicht an der Lösung von Sachproblemen orientiert sei, was mitnichten der Fall ist, sondern sich ausschließlich damit

beschäftigt, sich gegenseitig zu zerfleischen, was eben nicht der Fall ist. Und da sehe ich in der Tat etwas losgelöst von der Frage, die hier Herr Prof. Jarren aufgeworfen hat, was insbesondere die Kanäle anbetrifft, die Frage: Wie erklären wir eigentlich Politik? Wie bereit sind wir auch, uns ein Stück weit zu öffnen, um eben diese Prozesse etwas transparenter werden zu lassen und dann auf dieser Grundlage einen Meinungsbildungsprozess zu organisieren und nicht auf der bloßen Grundlage: Wer hat sich gegen wen durchgesetzt?

Robert Birnbaum („Der Tagesspiegel“): Ich würde das gern von unserer Seite aus ergänzen, denn das beschreibt ja relativ deutlich das Problem, das wir als klassische Medien und als klassische Journalisten haben. Wir erleben auch durch die Kanäle eine Veränderung unserer Arbeit und eine Veränderung unseres Fokus. Online ist ein „boulevares“ Medium, Online ist strukturell ein meinungsgetriebenes Medium, das trifft genau diesen Punkt. Der Nutzer will es haben, der Nutzer klickt. - Wir neigen inzwischen auch dazu, uns morgens hinzustellen und zu fragen: Was hat am meisten geklickt? - Das heißt, wir gehen als Medien von den intrinsischen Überlegungen, was ist wichtig, inzwischen zum Teil selber dazu über, zu fragen: Wo ist unser Nutzer? Hilfe! Wir müssen versuchen, den irgendwie zu kriegen! - Das hat natürlich eine starke ökonomische Komponente.

Ich bin nicht ganz davon überzeugt, dass Journalismus sich jemals selber finanzieren wird. Das hat er nämlich nie getan. In meiner Ausbildungszeit hießen wir „Graustrecke“. Das waren diese komischen Typen, die nichts verdienten. „Buntstrecke“ war die Werbung. Die Werbung ist inzwischen weggefallen. Das heißt, weniger Journalismus als vielmehr Medienhäuser werden sich Gedanken machen müssen, wo sie Geld herkriegen. Und das wird im Zweifel nicht Journalismus sein, sondern wird irgendetwas anderes sein. Das sich selbst größtes Online-Medienhaus Nennende, das hier in der Gegend sitzt, verdient sein Geld überwiegend mit „ImmoScout“ und ähnlichen Dingen. - Ich vermute, dass das Modelle sein werden, die überhaupt nur zukunftsträchtig sind. Und unser Problem in dem ganzen Spiel ist, dass wir mit dem klassischen Erklärstück nur noch Leser ziehen, die es nun wirklich wissen wollen. Ich habe gewisse Zweifel, dass das je anders war. Wenn ich mir so angucke, was ich im Schnitt an Zuschriften kriege, dann werde ich immer gelobt für Sachen, die ich nicht geschrieben habe, und verdroschen für Sachen, die ich überhaupt nicht geschrieben habe, weil ich in irgendeinem Halbsatz erwähnt werde.

Über das klassische Rezeptionsverhalten kann man auch längere Vorträge halten. Das ist jetzt nicht viel anders als die Rezeption bei Twitter. Da steht in der Überschrift irgendetwas, und „wupps!“ geht das durch. Das heißt, auch wir werden uns über Erzählformen, über „Wie bringe ich eine Geschichte an den Menschen?“ Gedanken machen müssen. Das betrifft sowohl die Frage, über welche Kanäle, als auch, wie mache ich das schmackhaft? Das führt im Zweifel ein bisschen zu dieser Personalisierung, A gegen B, wer hat gewonnen, wer hat nicht gewonnen? Manchmal muss man das als Trick einsetzen, um dann in den nächsten zwei, drei Paragraphen zu erklären, was wirklich Sache ist. Das ist ein Trick, den wir allerdings auch schon über viele, viele Jahre anwenden, und zwar völlig unabhängig von der Digitalisierung, denn vorher habe ich meinen Leser auch nicht dazu gekriegt, jetzt Spiegelstriche zu lesen.

Prof. Dr. Oberreuter: Herr Birnbaum, Sie haben gerade die alte Wissenskluft- oder Vernunftskluftthese angesprochen. Ich habe mich schon öfter gefragt: Wie entwickelt sich eine Gesellschaft, in der die Wissenden sich noch auf die „FAZ“, die „Süddeutsche“ und „Die Welt“ stützen und sich der Rest eigentlich auf nichts mehr stützt oder auf Social Media? Insofern könnte es natürlich schon sein, dass manche Dinge, die wir gegenwärtig noch als balancierbar betrachten, allein durch die Vertiefung der Entwicklung, die Sie uns geschildert haben, auch an Durchsetzungskraft und vielleicht auch an Schädlichkeit gewinnen. Ich meine, die Herausforderungen sehen Sie ja alle. Die Frage ist nur: Kann man ihnen begegnen? Ich meine, die Journalisten hier und die Öffentlichkeitsarbeiter wollen ihnen begegnen. Die andere Frage ist, die mehr bei Ihnen liegt: Sind die strukturellen Entwicklungen nicht so, dass bei allem besten Willen, dem zu begegnen, man zwar nicht waffenlos ist, aber vielleicht im Zeitalter des Maschinengewehrs mit dem Florett herangehen würde - ich bitte um Entschuldigung für den Vergleich.

Machen Sie jetzt einmal eine schöne abschließende, uns alle reizende Bemerkung, damit wir dann in die Diskussion eintreten können.

Prof. Dr. Otfried Jarren: Was Sie angesprochen haben, Herr Oberreuter, ist sicher richtig. Wir erleben wahrscheinlich eine tiefere Spaltung, als wir je hatten. Das bisherige System war ja auf die Vollinklusion angelegt. Oder: Die Massenmedien wollten alle erreichen, haben das auch gemacht. Reichweite war das Ziel. Möglichst viele erreichen - das hatte einen Preis. Man konnte nicht alles so machen, hat aber viele mit reingenommen. Das war ein sehr demokratisches Prinzip. Das hat auch dazu geführt, dass die Nationalstaaten gemeinsame Sprachen entwickelt haben usw. Es gab ein gemeinsames Verständnis, das immer wieder aktualisiert und logischerweise auch von den Massenmedien geleistet wurde. Damit hat man auch die Wissensunterschiede angeglichen, die es natürlich immer gegeben hat. Jetzt sind die Wissensunterschiede natürlich leichter möglich auseinanderzuleben und auch anders zu organisieren. Das findet auch statt. Und wir müssen als Europäer sehr aufpassen, dass wir unser Wissen nicht mal wieder an die Amerikaner verschenken, weil sie zum Schluss diejenigen sind, die das Wissen an uns zurückverkaufen. Das läuft mittlerweile nämlich auch über Plattformen. Es ist schon ein ziemlich interessanter Markt, weil dort nicht nur die Informationen laufen, sondern darüber ja auch Wissen getauscht wird.

Ich will nur auf zwei Punkte aufmerksam machen: Der Markt, der überhaupt keine Probleme in Europa hatte, ist der Zeitschriftenmarkt. Der ist stabil. Der hat zwar eine hohe Volatilität, weil immer neue Titel kommen, ist aber extrem stabil. Warum? Weil dort die spezialisierten Interessen bedient werden, wenn ich beispielsweise Fahrradfahren möchte usw. Und dieser hochgradig stabile Markt ist sehr interessant. Der Tageszeitungsmarkt aber hat die Probleme. Warum? Weil man nämlich für die allgemeinverbindlichen Entscheidungen, die uns jetzt hier wichtig sind, mir auch sehr wichtig sind - Politik -, weniger bereit ist, Geld auszugeben. Das ist ja die Politik, das ist dann Berlin - vormals Bonn -, also weit weg. - Aber die Zahlungsbereitschaft für diese allgemeinverbindlichen Entscheidungen ist, wie das Wissen darüber, gering.

Wenn ich etwas für meine privaten Entscheidungen wissen will - wo suche ich mir eine Pflegestelle, was kann ich für meine Mutter tun, was mache ich mit den Kindern, wie ernähre ich mich richtig -, bin ich bereit, Geld dafür zu zahlen. Das heißt, die individuellen, die privaten Entscheidungen funktionieren ja. Deswegen investieren die Medienhäuser dort auch. Das machen sie, sie gehen genau da hin. Sie gehen weg von der allgemeinen Entscheidung, die uns wichtig ist, die zur Demokratie gehört, und versuchen dann, das Geschäftsmodell dahin zu verlagern. Das halte ich für die entscheidende Umstellung im System. Die Einzelnen wollen dann ihre einzelnen wichtigen Informationen sammeln und gehen dann auch zu den entsprechenden Quellen. Holtzbrinck ist ein Haus, das dort einiges bietet; das ist ja nicht ganz ohne, hat auch noch eine Zeitung oder Zeitungen, hat auch sehr viel Wissenschaftsinformationen. Das ist, glaube ich, das Dilemma, in dem wir sind. Und diese kollektivverbindlichen Entscheidungen sind eigentlich so etwas wie ein eher rhetorisches Gut. Wir möchten, dass es eigentlich noch mehr genutzt wird, als es genutzt wird, und sehen, dass es immer schwierig war.

Da haben Sie völlig recht, Herr Birnbaum, es war immer ein Dilemma. Das verschärft sich jetzt aber, weil die Beifänge nicht mehr möglich sind. Vormals hat man die beigefangen, hat eine Zeitung gehabt und deren Sportteil gelesen oder weggeworfen. Und man hat irgendetwas anderes noch entdeckt und ist da hängen geblieben. Das findet jetzt eben weniger statt, im Online-Bereich auch eher nicht.

Wenn sich jederzeit alles auf einer Online-Seite ändert: Das Geschäftsmodell habe ich immer toxisch gefunden und die Verlage immer gefragt: Warum macht ihr das? Wenn Sie nie wissen, ob irgendeine Meldung die definitive ist, ja, warum bezahlen Sie dann dafür, wenn in zwei Minuten die nächste kommt, die vielleicht besser oder definitiver ist? Warum soll jemand bezahlen, wenn er ein Produkt bekommt, das nur noch fließt? Ich würde dafür auch nicht mehr bezahlen, muss ich fairerweise sagen. Man erwartet doch irgendwie einen Punkt, einen Redaktionsschluss, eine gewisse Qualitätssicherung auf den Punkt gebracht. Hier ist etwas passiert, was in anderen Märkten auch passiert ist: dass man diese Radikalisierung der Nutzung mitgemacht hat - Sie haben es eben auch angesprochen -, sie dann zur Logik des Handelns macht und damit etwas auslöst, wo derjenige, der nachher nutzen soll - wir alle nämlich -, fragt: Soll ich dafür eigentlich bezahlen? - Nein. Dann wartet man auf die Beglaubigung im Sinne der Print- oder der E-Paper-Ausgabe und sagt: Okay, das soll es dann sein. - Das machen dann die Älteren; zu denen zähle ich. Die Jüngeren aber nicht, und das ist die Crux, die wir haben.

Wir müssen wieder zurück, dass Nachrichten zum Danach-Richten relevant sind, dass man sich entscheidet und sagt: Dafür will ich auch zahlen. - Dieses Journalismusmodell war nie ein Geschäftsmodell, Herr Birnbaum. Nicht die Journalisten haben diese Art des Wirtschaftens angetrieben, sondern die Verlage, weil die das machen wollten. Sie haben sich selbst in einen ruinösen Wettbewerb „Wer hat noch mehr? Wer bringt noch mehr? Wer bringt's noch schneller?“ gestürzt.

Auf der anderen Seite haben wir einen Nutzer, der hyperaktiv ist, der auch wie irre alles Mögliche nutzt. Und dann kommen noch die Algorithmen dazu. Das ruiniert logischerweise

jeden Markt. Sie sind gar nicht mehr bereit, Aufmerksamkeit zu schenken - das haben wir schon als Phänomen -, geschweige denn zu zahlen, weil das passiert. Und dann - da hat Herr Oberreuter recht - verschärfen sich die Wissensklüfte. Die, die kompetent sind, wissen zu entscheiden und verhalten sich anders. Die weniger kompetent sind, die nicht so sozialisiert werden - Stichwort Schule -, verhalten sich dann so, wie sie sich halt verhalten, und dann hat man genau diese Effekte, die da sind. Und die sind ja teilweise sogar krankmachend. Es ist ja nicht nur so, dass es etwas mit Information und Kommunikation allgemein zu tun hat, sondern das führt zu einem Dilemma. Hier Einhalt zu gebieten, ist nicht einfach, denn das ist tatsächlich eine kulturelle Grundfrage.

Ich glaube, es geht um mehr als nur Medienkompetenz - die ist schon wichtig -, hier geht es um eine kulturelle Grundfrage, und da müssen die Marktakteure auch dazu beitragen, indem sie sagen: Machen wir nicht! Wir machen das Angebot so und gehen damit Risiken ein. - Aber ich glaube, diese Unterschiede muss auch der Markt setzen, und da sind natürlich vor allem die Öffentlich-Rechtlichen gefragt, dass sie nicht das Gleiche machen, das im anderen Markt auch passiert ist, um dann die gleichen Effekte dort zu erleben.

Prof. Dr. Oberreuter: Das würde mich fast reizen, jetzt Frau Fünffinger noch einmal zu fragen, ob ihr das Gleiche macht oder etwas anderes machen wollt.

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): Der Intendant ist gerade in München bei den Medientagen. - Das Gleiche ist immer schlecht. Wenn alle das Gleiche machen, dann brauche ich keinen Unterschied mehr. Aber in der Tat kann man gerade beim Bayerischen Rundfunk gut beobachten, was passiert. Wir galten ja jahrelang als der schwarze Sender aus dem Süden, der Volksmusik sendet. Und das BR-Fernsehen hat keiner unter 60 geschaut.

Was muss man jetzt also machen? Regionalisierung ist das Stichwort. Das haben Sie in der Zeitung schon erlebt. Was interessiert da die Leute: die Todesanzeigen, wie der Sportklub gespielt hat und wann jetzt endlich diese doofe Umgehungsstraße kommt? - Wir bemerken beim BR mittlerweile auf unseren Online-Plattformen, bei Facebook oder auf der BR-24-Seite: Was klickt denn am meisten? Es ist also die Relevanz, die mich interessiert. Da sind wir genau wieder da: Wenn sich der Nutzer das holt, was er braucht - und das ist für einen bayerischen Rundfunk was Bayerisches -, dann muss ich ihm das geben. Das heißt jetzt nicht, ich springe auf jedes Pferd.

Wenn ich jetzt das Radio betrachte, ist die landesweitere Konkurrenz Antenne Bayern. Die machen es kurz, die machen es knapp, die machen es sehr verknappt. Ich darf das sagen, weil ich während meines Studium da gearbeitet habe. Verkürzt und nicht unbedingt immer vertieft; sagen wir es einmal so. Aber sie erreichen damit die Menschen. Warum? Weil jeder Baum, der irgendwo auf eine Straße gefallen ist, im Regionalprogramm vorkommt. Und das könnte eine Möglichkeit sein, sich zu ändern. Ich werde niemals die Leute erziehen und sagen: Ihr müsst jetzt aber wirklich auf die BR-24-Seite schauen, denn da erfahrt ihr auch alles. - So schaffe ich das nicht. Ich schaffe es mit neuen Darstellungsformen, damit, Antiquiertes einfach rauszuschmeißen.

Ich kann mich noch an den Aufschrei erinnern, als man die Volksmusiksendung auf BAYERN 1 gestrichen hat. Da war in Bayern der Teufel los. Aber der BR hat entschieden: Wir machen es jetzt anders. - Er hat das ausgehalten. Ich glaube, es waren Millionen Zuschriften, es war ein Shitstorm auf Papier. Er hat aber gesagt: Dann muss man sich das einfach auch trauen. Und ich glaube, genau das müssen wir auch wieder machen: Uns trauen, neue Wege zu gehen, auch wenn man eine scheinbar antiquierte Anstalt ist. Wir sind ja auch noch Anstalten; da stellt man sich immer etwas ganz Schlimmes, etwas Verstaubtes vor. Schauen Sie sich das neue Funkhaus in Freimann an: Es ist nagelneu, auch im Geiste. Weil man eben genau erkannt hat: Wenn wir das noch zwanzig Jahre machen, wie wir es immer gemacht haben, hört uns wirklich keiner mehr. Aber, was ich eben erwähnt habe, wie News-WGs sich nicht anbietern, sondern frisch Neuigkeiten erklären oder sich von alten Zöpfen einfach verabschieden, auch, wenn es einen Shitstorm gibt. Dann muss man sich das trauen, und ich würde fast sagen: Der BR traut sich das sogar mehr als andere.

Wir sind in unserer Digitalisierung schon weitaus weiter als andere - aber das ist jetzt Eigenwerbung, das wollte ich gar nicht machen, obwohl es qua Amt eigentlich dazugehört. Aber: Regionalisierung würde ich neben der Glaubwürdigkeit auf jeden Fall ziemlich weit obenanstellen, als Lösungsmöglichkeit, um aus diesem Dilemma herauszukommen.

Prof. Dr. Oberreuter: Für eine Ihrer Thesen kann ich Ihnen einen empirischen Beleg beisteuern: Von wegen Hörer unter 60. Meine Frau sagt mir regelmäßig: Ich gönne dir deine ganze weibliche Fangemeinde, denn die Damen sind alle über 60.

Bei einer anderen These habe ich aber gewisse Schwierigkeiten, denn mit der Regionalisierung als Erfolgsfaktor sind Sie natürlich auch nicht auf dem Wege, eine umfassende politische Öffentlichkeit in der Legitimität als solcher - -

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): - - Die bleibt ja bestehen! Die bleibt natürlich immer bestehen durch den Informationskanal bei Bayern 5. Und durch die Rundschau haben wir immer auch die Welt-Nachrichten und die Deutschland-Nachrichten. Aber es wird in den Programmen mehr und mehr geöffnet. Jetzt ist Niederbayern dran, jetzt ist Schwaben dran. Es tut mir jetzt leid, dass ich Sie mit den Regierungsbezirken in Schwaben behelligen muss, wenn Sie nicht aus Bayern kommen, aber die Hauptinformation, auch die Welt und Deutschland abzubilden, bleibt natürlich bestehen. Der Schwerpunkt kann aber auch in die Regionen hineingehen. Das wollte ich damit sagen.

Prof. Dr. Oberreuter: Ich glaube, wir haben die Aspekte ziemlich ausgelotet. Wenn Sie jetzt nicht noch einmal etwas sagen wollen, würde ich öffnen und dem Auditorium die Chance geben, an jeden, der hier sitzt, jede denkbare Frage zu richten.

Dr. Reinhard Hopfer: Vielen Dank erst einmal für diesen phantastischen Vortrag. Ich würde jetzt folgende Thesen aufstellen: Mir waren die Antworten der Kollegen von der journalistischen Fraktion etwas zu defensiv. Sie haben mit Recht von Revolution gesprochen. Und Revolutionen, welcher Art auch immer, sind mit Zerstörung - unter Umständen auch produktiven Zerstörung - verbunden. Revolutionen passieren nicht zufällig, sondern aus einer bestimmten

Interessenkonfliktlage heraus. Wenn wir das verstehen wollen, was hier passiert, müssen wir uns vergegenwärtigen: Wo sind die Interessenkonflikte, die zu dieser Revolution führen? Insofern, glaube ich, sind wir jetzt in der Situation, wo die Revolution stattfindet, wissen aber noch nicht genau, worauf sie sich richtet. In Revolutionsphasen hat man unmittelbar danach eine Chaosperiode; da geht alles durcheinander. Wir sind wahrscheinlich im Moment noch in dieser Chaosperiode, bis sich alles wieder neu ordnet. Insofern sehe ich das wesentlich optimistischer. Ich würde auch nicht „Im Griff der Netze“, sondern positiver formulieren: „Unsere neuen Aussichten und Chancen“. Das ist mir also zu negativ.

Der wahrscheinlich größte Verlierer wird der klassische Journalismus von heute sein. Das scheint mir festzustehen. Sie haben interessante Vorschläge gemacht oder Berichte gebracht, was Sie verändern und wo Sie etwas suchen, aber ich glaube: Wenn die Journalisten eine Chance haben wollen, dann müssen sie zurück zu ihrem Ursprung, als die Journalisten einfach Nachrichten-Makler waren, ehrliche Händler von Nachrichten, und weniger den Anspruch hatten, zu erklären, einzuordnen, Orientierung zu geben.

Robert Birnbaum („Der Tagesspiegel“): Ich glaube, da reden wir über einen verbreiteten Irrtum. Ich habe 13 Jahre für eine Nachrichtenagentur gearbeitet und eisern Nachrichten gekloppt, damals für Reuters. Aber die Agentur hatte auch schon ein Format, das sich „News Analysis“ nannte. Das war die hohe Schule. Man hatte da keine Meinung zu haben, aber man hatte Erfahrung, Wissen usw., um einen Vorgang einzuordnen. Und das gehört immer zu dem Spiel dazu. Ich kann nicht einfach nur eine nackte Nachricht verbreiten unter dem Anschein, das sei irgendwie objektiv oder so etwas - das ist es auch nicht; ich wähle schließlich aus, was ich für verbreitenswert halte -, sondern ich muss schon immer den Kontext liefern. Und ich meine: Ich bin jetzt 35 Jahre Journalist; ein bisschen Erfahrung hat man dann auch. Warum soll ich die hintanstellen? Das vermag ich nicht so recht einzusehen.

Das Zweite betrifft die Quellen des Journalismus. Zu unseren Vorfahren gehört auch der Mensch, der mit bunten Tafeln über die Jahrmärkte zog und rief: Leute, höret die Geschichte! - Wir haben also immer auch eine boulevard, theatralische und sonstige Quelle, die fragt: Wie bringe ich das an Menschen heran? Wie schaffe ich es, Menschen für etwas zu interessieren? Und insbesondere die Revolutionsnachrichten sind auf diesem Wege in ganz Europa verbreitet worden. Ich glaube, da können wir locker anknüpfen.

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): Wenn Sie sagen, die Journalisten sollten sich auf den klassischen Journalismus, also die Nachricht konzentrieren, würde das, wenn ich Sie richtig verstanden habe, bedeuten - wenn es denn mal passierte -: Die Regierung, also Union und SPD, haben sich geeinigt, wie die Grundrente ausgestaltet werden soll: Die kriegen es, die kriegen es nicht usw. - Ihrer Meinung nach sollte ich jetzt nur das sagen. Ist das richtig? Und ich sollte nicht sagen: Wem nützt das nicht? Wie ist der Streit abgelaufen? Hat sich jetzt die SPD durchgesetzt oder hat die Union kleinbeigegeben? Das wollen sie nicht von uns erfahren. Weil die klassische Nachricht wäre: Die Regierung hat es beschlossen. - Helfen Sie mir!

Dr. Reinhard Hopfer: Als ich „Zurück zu den Ursprüngen“ sagte, meinte ich nicht die Ursprünge, die Sie jetzt von der Agentur genannt haben. Ich meinte: Als die ersten deutschen Tageszeitungen erschienen, hat man darin ganz simpel berichtet über die Getreideernte in Litauen, über Handelsschiffe usw. Die ursprüngliche Funktion der Zeitung war ganz einfach, mit Nachrichten oder Berichten zu handeln, nicht selber welche zu produzieren. Das meine ich damit - mit dieser ganz ursprünglichen Form: Wir sind die Händler, nicht die Produzenten. - Dass da natürlich unterschiedliche auf den Markt kommen, und das moderne Internet zeigt, dass sehr Unterschiedliches auf den Markt kommt, ist schon klar, aber die Qualität des Händlers besteht darin, dass er erst einmal ein Angebot macht und dann dem Kunden die Auswahl überlässt. Der Journalismus muss sich so oder so genau wie die Parteien, was das betrifft, wahrscheinlich völlig neu erfinden. Ich sehe es also als eine Chance und nicht als eine Gefahr.

Prof. Dr. Oberreuter: Ich bin mir nicht sicher, ob die Analyse stimmt, denn die Publizistik beginnt immer mit der Sensation. Die Zeitungen, die neuen Zeitungen, die Einblattdrucke und weiß der Teufel was haben ihre Existenz der Tatsache zu verdanken, dass ein Kalb mit zwei Köpfen geboren ist oder dass der Sonnenuntergang bevorstand oder irgendjemandem die Jungfrau Maria erschienen ist. Ohne diese Art der Information hätte sich das zumindest zu der Zeit nicht entwickelt. Insofern gibt es viele Quellen.

Sie wollten noch etwas zur Revolution sagen, glaube ich, Herr Jarren. - Dann gibt es noch Wortmeldungen aus dem Saal.

Prof. Dr. Otfried Jarren: Die These von der Revolution ist ja richtig. Die Presse ist ja auch eine revolutionäre Sache gewesen. Die Liberalen haben sich durchgesetzt und damit ein liberales demokratisches Staatsverständnis ermöglicht. Das ist ja die Leistung der Presse. Damit wurde die Lesefähigkeit ermöglicht. Die Sprache wurde verbreitet, letztlich wurden die Nationalstaaten gebildet. Das ist eine historische Leistung. Die Demokratie, auf der wir heute stehen, ist ein Ergebnis des Liberalismus. Das ist wirklich konstitutiv. Und dahinter liegt die Vorstellung von Öffentlichkeit; das ist sehr, sehr wichtig. Und jetzt kommt das möglicherweise etwas ins Rutschen, weil, wie Sie es ansprechen, eine andere Revolution stattfindet, die ich übrigens auch nicht nur negativ sehe. Nur, sie macht darauf aufmerksam, dass sich die Gesellschaft organisieren muss, wenn sie sie gestalten will. Denn wenn man die Geschichte der Medien betrachtet, und zwar den privaten Bereich, stellt man fest: Es gab die Liberalen, dann kam die Arbeiterschaft, die sich dann auch mit eigener Presse inkludiert hat, und dann kamen die neuen sozialen Bewegungen, Stichwort „taz“ und anderes mehr - in allen europäischen Ländern gleich.

Es ist immer aus der Mitte der Gesellschaft gekommen, dass sich neue Gruppen organisiert haben und dann den Anspruch geltend gemacht und Medien gegründet haben. Deswegen kam ich vorhin auch auf das Links-Rechts-System zu sprechen. Und die Frage, wie sich das jetzt entwickelt, also ob die Gesellschaft in der Lage und willens ist, sich dort einzubringen oder sich nur an GAFA & Co sozusagen zu verkaufen, ist die Frage: Kommt aus der Gesellschaft diese

notwendige Aneignung von Technologien, der Entwicklung von Technologien? Das ist die interessante Frage, um die es geht.

Nikolaus Werz: Zwei Fragen an Herrn Jarren: Endet die Macht der Plattform nicht an der Chinesischen Mauer? Wie ist es in geschlossenen Systemen? Gilt da Ihre Aussage auch?

Die zweite Anmerkung, Herr Jarren: Einige der größten Demokratien auf der Welt haben kein öffentlich-rechtliches Fernsehen und Rundfunk und sind trotzdem Demokratien. Ist das nicht eine beruhigende Nachricht für die Freunde, die da links von Herrn Oberreuter sitzen?

Zu dem dritten Aspekt, den Frau Fünffinger mit dem Bayerischen Rundfunk angebracht hat: Ich habe das Vergnügen, in Mecklenburg-Vorpommern zu leben. Das kann man nicht mit Bayern vergleichen, aber: Die Leute vom Nordmagazin sagen, dass die Sendung von 19.30 bis 20.00 Uhr die höchste Einschaltquote von allen Regionalsendern hat. Ich behaupte immer, das liegt daran, weil dann Politikwissenschaftler dort sind.

Aber worauf ich hinauswill - und das ist jetzt auch ernst gemeint: Es scheint mir tatsächlich, und so habe ich Sie verstanden, eine der wenigen Sendungen zu sein, wo man noch politische Bildung betreiben kann. Denn dort werden zum Teil Heimatgeschichten gebracht, manchmal auch: Was tut die AfD, oder warum haben so viele NPD gewählt? Da erzählen die die Geschichte des Dorfes und können dabei interessante Informationen transportieren, die sie dann auch auf ihre Webseite stellen. Das ist den Regionalzeitungen weit überlegen. Insofern wäre ich da, wenn ich Sie richtig verstanden habe, ganz auf Ihrer Seite.

Prof. Dr. Otfried Jarren: Das ist schon richtig. Wir haben global einen Duo-Pol; wir haben die Amerikaner und haben die Chinesen. Europa spielt in diesem Markt der Plattformen keine Rolle. In anderen Bereichen, wie Clouds, spielt Europa ebenfalls keine nennenswerte Rolle. Dieser Duo-Pol hat sich technologisch entsprechend entwickelt, und die Chinesen sind stark genug, es selbst zu betreiben. Das tun sie auch - Alibaba usw.

Auch der Binnenmarkt ist groß genug. Das heißt, es reicht für die der Binnenmarkt und für die Amerikaner theoretisch auch. Nur die können übergreifend sein, wenn man so sagen darf, die können auch noch woandershin gehen.

Ich glaube, dieser Wettbewerb steht erst am Anfang. Und Alibaba und andere können mittlerweile selbstverständlich in den europäischen Markt gehen. Sie abzuweisen, wird kaum gelingen. Denn wenn man schaut, was in den Entwicklungsländern passiert, insbesondere in Brasilien usw., dann stellt man eine erhebliche Veränderung fest.

Wir werden in etwa drei Jahren etwa 1 Milliarde Menschen mehr im Internet haben durch die einfache Technologie, die möglich ist. Das wird sprachgesteuert sein sowohl von Facebook als auch über andere Technologien. Es werden zum ersten Mal 1 Milliarde Menschen in sehr kurzer Zeit hinzukommen. Dies ändert übrigens auch die Kommunikationsweisen, denn die Sprachsteuerung - weil die Menschen nicht schreiben können und nicht lesefähig sind - kommt noch hinzu. Das betrifft den indischen Markt, also diese Teilmärkte.

Das sind schon erhebliche Veränderungen, die für den Gesamtmarkt auch ökonomisch eine Rolle spielen. Aber ich glaube, dieses Duo-Pol muss man sich klarmachen: Wir haben die USA, und wir haben China, und Europa spielt in diesem Bereich keine Rolle.

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): Das, was Sie über das Nordmagazin erzählen, ist genau das, was ich mit Regionalisierung meine, und das hat nun wirklich jeder Sender. Das hat der WDR genauso wie der SWR. Sie alle fangen meist zwischen 18.30 und 19.30 Uhr an. Danach schalten alle die Tagesschau ein, da sie überall zur selben Zeit läuft. - Sie sagen ja: Genau das funktioniert, weil ich wissen will, was vor meiner Haustür passiert ist. Ich würde nur widersprechen, wenn Sie sagen: Das ist eine der wenigen Plattformen, um politische Meinungsbildung kundzutun. - Das kann man ja entscheiden, wo man das tut: in einer Nachrichtensendung, in einer Magazinsendung. Ich kann aber auch am Nachmittag zum Beispiel eine Wissenssendung einführen. Ich kann eine Kindersendung machen; die haben auch alle im Programm.

Um es noch einmal anders zu erklären: Es gibt politische Talkshow-Formate. Der WDR hat den Stammtisch am Sonntagvormittag neu eingeführt. Der kommt Sonntagvormittag um 11 Uhr und hat Superquoten. Ich weiß immer nicht, ob das deshalb so ist, weil den Leuten langweilig ist oder sie nicht mehr zur Kirche gehen. Da gibt es ja die verschiedensten Theorien, warum das eigentlich läuft. Es läuft, weil es regional, vor Ort ist.

Prof. Dr. Oberreuter: Es handelt sich also um erweiterte öffentlich-rechtliche Regionalblasen, wenn man das einmal auf diesen Begriff bringen darf.

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): Wieso Blasen, Herr Oberreuter?

Prof. Dr. Oberreuter: Weil es auch ein begrenztes kommunikatives Interesse ist. Es hat eine regionale Verankerung.

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): Wenn wir versuchen wollen, die Leute zu halten, müssen wir auch ihr Interesse ernst nehmen, und das ist nun einmal nebenan, ist auch beim Nachbarn.

Prof. Dr. Oberreuter: Ich habe überhaupt keinen sachlichen Einwand.

Robert Birnbaum („Der Tagesspiegel“): Es gibt auch positive Blasen.

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): Ja, das war's! Die Blase war so negativ besetzt. Deswegen habe ich gezuckt.

Joachim Welz: Heute bin ich nur noch Pensionär, früher war ich Abteilungsleiter in Sachsen-Anhalt. - In der letzten Woche wurde eine Umfrage veröffentlicht, die verdeutlicht, dass die Mehrheit der Bevölkerung den Eindruck hat, man dürfe sowohl öffentlich wie auch privat keineswegs alles sagen, was man denke, weil man dann sofort einem Meinungsdruck und einem Shitstorm ausgesetzt sei. Wenn dem so wäre, wäre das ja ein Waterloo für unsere politische Klasse und unseren Journalismus, und deswegen ist die Frage: Wie kommt dieses Gefühl zustande, und wer macht die Political Correctness und den Mainstream? Und besteht

in der Tat eine Gefahr, dass dies dazu führt, dass ein sachlicher und wissenschaftlicher Diskurs einer Meinungsdictatur ausgesetzt wird?

Prof. Dr. Oberreuter: Oh je! Da gibt es auch eine Allensbacher Untersuchung, die ist ein halbes Jahr alt. Da gibt es in der neuen Shell-Jugendstudie die Aussage der jungen Generation: Wenn ich was über Ausländer oder gegen Ausländer sage, werde ich gleich in die Nazi-Ecke geschoben. - Das ist ein sehr, sehr weites Feld, zu dem Sie vielleicht am besten unpolemisch etwas Vernünftiges sagen können.

Prof. Dr. Otfried Jarren: Ja, absolut unpolemisch. Ich glaube, es hat mit einem interessanten Effekt zu tun, der aber bedauerlich ist, weil sie auf dem Social Media so sprechen, schreiben können, wie sie wollen, während ihnen in der anderen öffentlichen Sphäre, zum Beispiel, wenn sie einen Leserbrief schreiben oder etwas bei den Verlagen einreichen, jemand sagt: So kannst du es bitte nicht schreiben, lass das mal raus! - Wir haben eine Befragung durchgeführt und haben eine große Fallzahl. Die Leute fühlen sich zensiert, obwohl nur gefragt wird: Ist das eigentlich korrekt, was du schreibst? Ist es möglicherweise auch strafrechtlich relevant? - Wir haben es also tatsächlich mit einem Dilemma zu tun, dass die Leute, wenn man ihnen sagt: „Nein, so kannst du es bitte nicht machen!“, das als Zensur begreifen und fehlinterpretieren. Das erklärt einen Teil des Vorwurfs der Lügenpresse.

Die Lügenpresse hat damit zu tun, dass man sagt: Wir dürfen da nicht sagen, was wir wollen. Aber in den Social Media kann ich sagen, was ich will. - Das habe ich vorhin deutlich zu machen versucht, und das ist ein Dilemma, denn sie können dort wirklich mit ihrer Sprache, mit ihren Begriffen hantieren, wie sie wollen, mit all den Problemen, die das wiederum hat.

Wir haben damit auch eine Veränderung der Diskurse. Wir haben eine Radikalisierung und eine Reihe von echten Problemen, die dadurch entstehen. Das darf man nicht unterschätzen. Ich glaube, die Social Media sind machtvoll, weil ich dort machen kann, was ich will, und nicht jemand sagt - wie in der Schule, in der Hochschule in der Seminararbeit oder in der Redaktion -: Bitte nicht so!

Dr. Johannes Dimroth: Ich wollte die Gelegenheit nicht ungenutzt verstreichen lassen, dieser These ganz hart zu widersprechen. Es ist absoluter Unfug, wenn jemand für sich proklamiert, dass in Deutschland die Meinungsfreiheit nicht volle Gültigkeit habe, denn dem liegt eine fundamentale Missinterpretation dieses hohen Verfassungsgutes zugrunde: Meinungsfreiheit heißt eben nicht, dass ich meine Meinung äußern darf, ohne dass mir jemand widerspricht. Das ist ja sozusagen die Annahme, die diejenigen leitet, die behaupten, die Meinungsfreiheit sei irgendwie nicht mehr vollumfassend gegeben. Das Gegenteil ist der Fall.

Die Bundeskanzlerin hat das neulich auf einer öffentlichen Veranstaltung bei einer ähnlichen Vorhaltung ganz elegant gelöst, indem sie sagte: Allein dass hier jemand sitzt und mir so eine kritische Frage stellt, zeigt doch, dass die Meinungsfreiheit vollumfänglich gilt und geschützt ist. - Das ist mir wichtig, das erst einmal klarstellend zu sagen und diesem Mythos überhaupt keinen Raum zu geben. Das ist schlicht nicht wahr, dass die Meinungsfreiheit in Deutschland,

so wie sie in Artikel 5 des Grundgesetzes niedergelegt ist, von irgendwem eingeschränkt oder gar abgeschafft wird.

Karsten Hecht: Ich arbeite seit ungefähr 30 Jahren für Abgeordnete und danke Prof. Jarren erst einmal für seinen Vortrag, damit ich ihn ein bisschen optimistisch stimmen kann, weil ich die Sache etwas grausamer sehe.

Ich finde es ganz erstaunlich, wie putzig der Bayerische Rundfunk agiert. Sie haben den Bayern-Streifzug nach Großgauting, berichten da über das Mehrgenerationenhaus und freuen sich, wenn alle 57 Leute aus Großgauting den Beitrag klicken oder sehen oder hören. Sie können das aber nur machen, weil sie öffentliches Geld kriegen. Ohne öffentliches Geld könnten sie nichts davon tun, gar nichts. Deshalb halte ich es nicht für souverän, wenn man sagt: Ja, wir wagen es! - Natürlich wagen Sie es. Sie riskieren ja auch nichts außer ein paar Zusehern. Oder Sie kriegen ein paar dazu. Da ist das Risiko gering.

Bei den Zeitungen ist das eigentliche Problem: Denen wird die wirtschaftliche Basis weggenommen oder kommt ihnen abhanden. Ohne wirtschaftliche Basis werden die nichts machen können, und wenn sie noch so gute Geschichten machen -, es sei denn, sie arbeiten ganz umsonst, und das wird nicht passieren. Demzufolge muss ich sagen: Ich vertrete jetzt hier Dinge, die ich vor fünf Jahren noch nicht einmal gedacht hätte und die Frau Grothe wahrscheinlich zum Herzstillstand bringen werden: Ich glaube, wir werden nicht darum herumkommen, auch öffentlich-rechtlich geförderte Zeitungen zu haben, wenn wir uns dafür als Gesellschaft entscheiden, dieses Medium und dieses Informationsangebot noch haben zu wollen. Damit wird eine unglaubliche Spaltung der Gesellschaft einhergehen. Ich sehe es am Deutschlandfunk. Wenn ich Leute in der Kantine treffe, die ein bestimmtes Interview nicht gesehen haben, dann weiß ich, wann die morgens geduscht haben. Und wir wissen das. Für uns ist es ganz normal. Für ganz viele andere ist der Deutschlandfunk völlig irre.

Und noch etwas zur Meinungsfreiheit: Selbstverständlich haben wir Meinungsfreiheit in Deutschland. Es steht ja auch irgendwie in der Verfassung, und oft wird das ja auch noch eingehalten. Nein, hier geht es um etwas ganz Anderes. Ich möchte das an einem konkreten Beispiel, Erkenntnis von heute Nacht, klarmachen:

Am Anfang des Jahres hat der Deutschlandfunk von Arbeitern gesprochen oder von Teilnehmern oder sonst irgendetwas. Seit ein paar Monaten heißt es in den 18-Uhr-Nachrichten: die Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Heute Morgen um halb fünf im Nachtprogramm wurde von den TeilnehmerInnen gesprochen. Eine gewisse „Sprachdiktatur“ ist natürlich ein bössartiger und deutlich übertreibender Begriff, aber wenn einem so suggeriert wird, dass man sprachlich nicht a jour oder durch seine antiquierte - aber ich glaube an das generische Maskulinum - Sprachweise politisch nicht korrekt ist, Leute ausgrenzt - was man ja gar nicht will, das ist ja eigentlich eine miese Unterstellung -, entstehen solche Befindlichkeiten.

Jetzt habe ich genug geschweift, ich bitte um Nachsicht, aber ich musste etwas gegen meinen hohen Blutdruck tun.

Prof. Dr. Oberreuter: Ja, für manches kann man sogar Verständnis haben. Nur: Die Idee, dass es auch öffentlich-rechtlich finanzierte Zeitungen geben muss, ist nicht ganz so neu. Die ist mir in meinem Studium der Kommunikationswissenschaft schon bei Otto B. Roegele und Peter Glotz in München begegnet, das ist fast vierzig oder fünfzig Jahre her. Nur: Das heißt ja nicht, dass, weil es die Idee schon gab, sie sich verbraucht hätte. Man kann ja darüber nachdenken.

Aber jetzt muss ich natürlich Frau Grothe fragen, ob ihr Herz noch schlägt.

Katrin Grothe (Leiterin der Abteilung für Soziale Medien, FDP-Bundestagsfraktion): Keine Sorge um die Fähigkeit meines Herzens! - Ich finde aber, das ist eine sehr medienpolitische Frage, und ich bin keine Medienpolitikerin. Sie müssten sozusagen die journalistischen Kollegen rechts von mir fragen, was die dazu sagen.

Ich habe gerade schon deutlich gemacht, dass ich das nicht so negativ sehe, sondern ich glaube, es entwickeln sich immer mehr Pay-Modelle. Es gibt unterschiedliche Modelle. Es gibt viele Zeitungen, die da schon mitmachen, und ich glaube, dass sich das noch weiterentwickeln wird und es auch bei den Bürgern eine größere Bereitschaft gibt, für guten Journalismus zu zahlen. Ich erlebe auch in meiner Generation und jünger, dass das so ist, und insofern teile ich dieses negative Gesamtbild da grundsätzlich nicht. Ob das jetzt ein Modell ist oder nicht, müssten die beiden Journalisten sagen.

Prof. Dr. Oberreuter: Frau Fünffinger wird schon öffentlich-rechtlich finanziert; deswegen muss ich sie nicht fragen. Herr Birnbaum!

Robert Birnbaum („Der Tagesspiegel“): Ich habe das gerade schon ein bisschen zu erläutern versucht. Ich glaube, dass wir zu Mischfinanzierungen kommen müssen, also zum Teil journalistisch, zum Teil auf völlig anderen Gebieten. Von mir aus kann mein Verleger Ackerflächen kaufen und daher seine Rendite beziehen. Das wäre auch ein Modell.

Wir haben in den Vereinigten Staaten ja schon Fälle, dass irgendwelche Menschen das mit den großen Blättern sozusagen altruistisch machen und sagen: Wir haben genug Geld, wir leisten uns jetzt mal eine Zeitung. - Wie man das genau gestaltet, weiß ich nicht. Ich weiß auch nicht, welche Chance Pay-Modelle haben. Das Internet ist so, wie es gewachsen ist, erst einmal Umsonst-Medium. Es hat fast eine Umsonst-Ideologie, die sagt: Nix da! Freie Software, alles frei! - Dagegen ist sehr schwer anzugehen.

Ich habe von Berufs wegen Zugang zu fast jedem Medium, und wenn es hinter der Paywall liegt, rufe ich im Zweifel mein Archiv an, weil es einen Zugang hat. Wenn ich den Zugang nicht hätte, wäre ich ein bisschen ratlos, denn ich würde gern hier mal reinschnuppern, da mal reinschnuppern und dort mal reinschnuppern. Das ist ja der große Vorteil, den mir diese Gesamtstruktur als Nutzer bietet. Da leuchten mir dann zum Beispiel eher Modelle ein, die sagen: Okay, du zahlst mal für den Artikel, oder du zahlst gelegentlich mal für das Blatt, aber du zahlst jetzt nicht ein Abo. - Aber das sind Fragen, die bei uns auch die Verkäufer am Ende beantworten müssen. Das haben die vorher auch schon gemacht. Ich habe meinem Verkäufer nicht reingeredet, wo der jetzt seine Leser zu finden versuchen soll, oder wo der versuchen soll, Reklame aufzutreiben.

Prof. Dr. Oberreuter: Herr Jarren, Sie sind an allem schuld. Geben Sie uns Zukunft, Hoffnung und Weisung!

Prof. Dr. Otfried Jarren: Nein, es gibt momentan empirisch keine Evidenz für Paywalls, das ist leider so. Das ist global. Es gibt ein paar Beispiele, wo man Teilfinanzierung hat, aber das ist ein Problem.

Wenn Sie jetzt eine Schweizer Webseite wegen eines Mediums aufrufen, zum Beispiel auch der „NZZ“, dann sehen Sie, dass Sie in der LogIn-Allianz sind, das heißt, Sie müssen sich einloggen. Das müssen Sie mit der Swiss-ID machen. Wenn Sie aber geflüchtet oder Ausländer sind, haben Sie keine, dann können Sie das gar nicht beziehen. Es gibt also Ausschlüsse von dem, wo wir eigentlich wollen, dass es alle bekommen können. LogIn-Allianzen sind leider auch ein Standard geworden. Das heißt, der Zugang von diesem öffentlichen Gut wird sogar noch erschwert. Das ist ein richtiges Problem.

Die Mehrzahl der europäischen Länder, die kleinen Länder haben alle schon die direkte Förderung - Norwegen, Dänemark, Schweden, die Schweiz fängt das auch an. Das Problem ist, dass man dann überlegen muss, wie man es macht. Das ist eine Frage dessen, wie man das sicherstellt. Aber dahinter steht eine richtige Idee: Wir brauchen private Medien. Es kann nicht alles öffentlich sein. Wir brauchen private Medien, weil die privaten die einzigen sind, die wirklich unabhängig und wirklich kritisch sind. Der öffentliche Bereich, sorry, ist immer embedded, und deswegen sind wir da auch kritisch. Also auch in der Schweiz sagen wir: Klar, wir brauchen private Medien.

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): Darf ich widersprechen, dass ich embedded sei? - Inwiefern denn?

Prof. Dr. Otfried Jarren: Sie brauchen die Konkurrenz zwischen dem öffentlichen Sektor und einem privaten Sektor. Investigative Leistungen und andere Dinge sind überwiegend aus dem privaten Bereich.

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): Inwiefern bin ich denn embedded?

Prof. Dr. Otfried Jarren: Embedded in eine Gesellschaftsstruktur, die Entscheidungen trifft, und die ist politisch kodiert.

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): Ich habe weder ein Parteibuch, noch wurde kontrolliert, was die Kollegin denn so schreibt oder denkt. Da wird einfach so eingestellt.

Prof. Dr. Otfried Jarren: Es läuft auf rechtlicher Basis; dagegen spricht ja nichts. Ich bin ja der Auffassung, dass es das braucht. Aber Sie haben dort bestimmte Restriktionen. Die haben Sie im privaten Sektor nicht. Das Private hat schon eine große Rolle gespielt. Auch die investigativen Leistungen sind im privaten Sektor stärker ausgeprägt. Wir brauchen auch den Markt. Wenn Sie sich vorstellen, Sie hätten nur noch den öffentlichen Sektor, dann hätten Sie auch ein Problem, denn das basiert immer auf öffentlich-rechtlichen Körperschaften, Anstaltslogik und anderen Dingen mehr. Wir brauchen für die Demokratie tatsächlich diese Art von Reibung. Davon bin ich auch ordnungspolitisch überzeugt. Man muss dann Wege finden, wie man diese

Finanzierung für den Journalismus realisieren kann - neben dem öffentlichen Rundfunk. Aber ihn allein zu haben, ist nicht ausreichend. Das ist wirklich nicht überzeugend.

Anita Fünffinger (ARD-Hauptstadtstudio): „Allein“ habe ich auch nicht gesagt. Ich habe mich gegen die Bezeichnung „kontrolliert“ gewehrt.

Prof. Dr. Otfried Jarren: Auf der anderen Seite - da hat der Herr ja recht - haben wir dieses Finanzproblem, das dem Journalismus tatsächlich das Leben sehr erschwert. Es mussten Formen gefunden werden, wie man sozusagen diese liberale Tradition, diese freiheitliche Tradition, die natürlich auf ökonomischen Risiken basiert und nicht mit Gebühren abgegolten wird, trägt. Es ist, glaube ich, schon vernünftig, dass man das machen kann. Aber die Probleme verschärfen sich leider. Es ist keineswegs mehr ganz einfach umzusetzen.

Die Diskussion kommt auch in Deutschland auf. Am Freitag hat es hier Diskussionen in der Akademie der Wissenschaften mit dem BMBF und anderen gegeben. Es muss eine Form gefunden werden, wie man sicherstellt, dass es diesen unabhängigen Journalismus unter privater Ägide gibt. Das ist schon wichtig.

Prof. Dr. Oberreuter: Meine Damen und Herren, ich bin geradezu hingerissen, dass wir am Schluss einen kleinen Konflikt hatten. Das ist nämlich der Beweis dafür, dass wir keine Blase sind.

Damit bedanke ich mich bei Herrn Jarren und den vier Kombattantinnen und Kombattanten für einen sehr angeregten und, was die Problematik betrifft, durchaus tiefeschürfenden und erkenntnisgewinnenden Abend, und ich bin mir sicher, dass uns dieses Thema die nächsten eineinhalb Jahrzehnte intensiv begleiten wird. Und wenn wir am Ende immer noch einen rationalen Parlamentarismus haben sollten, dann wäre das ein Gewinn für uns alle - wenn ich mich mal wieder etwas ironisch ausdrücken darf. Aber die Hoffnung über demokratische Öffentlichkeit und institutionelle Funktionsfähigkeit stirbt zuletzt.

Vielen herzlichen Dank! Einen schönen Restabend!

(Beifall)

- - -