

Ohne Zeitung keine Inhalte im Internet

Wie eine US-Medienstudie aus Baltimore den Streit zwischen Journalisten und Bloggern in Deutschland anheizt. Die These: Das Netz bringt keine News.

VON MARCO ROSE

Aachen. Baltimore im US-Bundesstaat Maryland ist nicht unbedingt das, was man eine amerikanische Vorzeigestadt nennen würde: Gebeutelt vom Niedergang der Schwerindustrie ist der Geburtsort Franz Zappas vor allem für seine exorbitante Kriminalitätsrate, Armut und die Verwahrlosung ganzer Viertel bekannt. Kein Wunder, dass hier der legendäre Film-Kannibale Hannibal Lecter („Das Schweigen der Lämmer“) zu Tisch bittet und US-TV-Fahnder fast täglich Leichen aus dem Hafen ziehen.

Mit anderen Worten: Die „Mob Town“ ist ein Eldorado für Journalisten, denen man schließlich nicht ganz zu Unrecht nachsagt, sich vor allem an den Schattenseiten des Lebens zu delectieren. Dennoch musste es überraschen, dass ausgerechnet Baltimore in den vergangenen Tagen zum Thema deutscher Medienjournalisten und Blogger avancierte.

Wer produziert Nachrichten?

Schuld an der Diskussionen war – wie so oft – eine Studie. Die hatte, nicht ganz ohne Hintergedanken, die Frage gestellt, woher wohl alle diese Meldungen über Morde, korrupte Beamte oder bankrotte Unternehmen stammen, die über Nacht zum Tagesgespräch werden. Woher die Nachrichten, die über

das Fernsehen und vor allem das Internet ihren Weg in andere US-Bundesstaaten und die ganze Welt finden?

Die Meinungsforscher des Instituts Pew Research hatten bereits im Jahr 2008 vermeldet, dass sich erstmals mehr US-Bürger im Internet anstatt in Zeitungen und dem Fernsehen informiert hätten. Das Ergebnis ihrer jüngsten Studie ist mindestens ebenso bemerkenswert: Die Tageszeitung ist in den Vereinigten Staaten demnach weiterhin die wichtigste Informationsquelle für lokale Ereignisse – der verheerenden US-Zeitungskrise zum Trotz. 95 Prozent der Geschichten mit neuen Informationen stammten aus den traditionellen Medien, hauptsächlich den gedruckten.

Über den Zeitraum von einer Woche werteten die Forscher im Rahmen des „Project for Excellence in Journalism“ die Berichterstattung von 53 unterschiedlichen Medien im Raum Baltimore aus. Unter die Lupe nahmen sie sechs wichtige Ereignisse, die von allen Medien aufgegriffen wurden. Zu 61 Prozent berichteten Zeitungen und ihre Online-Ausgaben als Erste über ein Thema. In 28 Prozent der Fälle sorgten örtliche Fernsehsender für News, abgeschlagen folgten Radiostationen (sieben Prozent) und reine Online-Medien (vier Prozent). Der Projektleiter Tom Rosenstiel sagte, die Studie lege den Schluss nahe, dass man



Sorgen trotz US-Medienkrise weiterhin für Tagesgespräche: Zeitungen wie die „New York Times“, die hier zum Verkauf angeboten wird.

Foto: ddp

im Internet kaum etwas „aggregieren“, also aus verschiedenen Quellen zusammentragen könnte, gäbe es keine Zeitungen mehr.

Ohne professionellen Journalismus also keine Inhalte im Netz? Diese These ist nicht neu und in der Diskussion um den Wandel der Medien oft zu hören. Die Blogger-Szene reizt dies auch in Deutschland bis aufs Blut.

Ein „dicker Hund“ sei diese alte These, wonach die neuen Medien lediglich bei den etablierten abschrieben, schimpft etwa das Medienblog „Altpapier“ (früher bei der Netzzeitung zu lesen, jetzt bei dnews). Das Internet sei schließlich „kein Schnupfen, der wieder weggeht“, die Erkenntnisse aus Baltimore auch nicht auf Deutschland übertragbar.

Tatsächlich ist die Krise der US-

amerikanischen Zeitungen, die inzwischen selbst Branchengrößen wie die „New York Times“ ins Straucheln bringt, mit den Strukturproblemen deutscher Zeitungen kaum vergleichbar. US-Zeitungen sind in den vergangenen Jahren scharenweise an die Börse gegangen und dort heruntergewirtschaftet worden.

„Dummschwätzer“

„Es war vor allem die Geldsucht“, meint der deutsche Journalist Heribert Prantl („Süddeutsche Zeitung“): „Das US-Zeitungswesen fällt jener Wall-Street-Theorie zum Opfer, wonach man Profite dadurch maximiert, dass man das Produkt minimiert.“ Dass es auch anders geht, beweist seit Jahren das „Wall Street Journal“: Die Auf-

lage ist deutlich höher als noch vor zehn Jahren, mit kostenpflichtigen Online-Abos setzt die Zeitung jährlich zig Millionen um.

Sollten deutsche Blätter diesem Beispiel folgen, und ihre Gratis-Angebote im Netz weitgehend einstellen? Was machen Blogger dann, wenn sie nichts mehr zu verlinken und zu kommentieren haben? Der Ton in der Debatte ist zunehmend gereizt: „Eine besondere Kategorie von Dummschwätzern findet sich leider unter den sogenannten Medien-Bloggern. Diese Spezies versucht verzweifelt, im Internet ein paar ‚lousy pennies‘ zu verdienen, kommt dabei aber nicht einmal auf den Regelsatz von Hartz IV“, schreibt der Chefredakteur des Handelsblatts Bernd Ziesemer in seinen „Zehn zornigen Thesen zur Zukunft der

Zeitung“.

Blogger und Szene-Größe Stefan Niggemeyer beklagt seinerseits die Geringschätzung von sogenannten Bürgerjournalisten durch die Profis und keilt zurück: „Es wäre schon viel gewonnen, wenn mehr Journalisten unter Recherche überhaupt die Eingabe eines Begriffs in eine Suchmaschine verstünden.“ Professionelle Journalisten unterschätzen, dass die vielen Menschen, die plötzlich Hobby-Publizisten sein könnten, „ganz hervorragend im Dinge-Finden sind – schon alleine deshalb, weil sie so viele sind“.

Doch wie passt nun die Baltimore-Studie zum Selbstverständnis des deutschen Bürgerjournalisten? Kannibalisiert sich die Szene letztlich nur selbst? Viel Stoff für weitere Debatten.

65 JAHRE AN

Happy Birthday

Die ASEAG gratuliert den Aachener Nachrichten herzlich zum 65. Geburtstag.

www.aseag.de

Prickelnde Glückwünsche

Auf die nächsten 65

Wir gratulieren den Aachener Nachrichten herzlich zum 65-jährigen Bestehen, wünschen weiterhin viel Erfolg und danken für eine gute Zusammenarbeit. www.stawag.de