

## Achtes Herbstforum der Initiative Qualität: Qualität hat ihren Preis – Journalismus finanzieren

Beim Achten Herbstforum der *Initiative Qualität im Journalismus (IQ)* haben am 12. Oktober in Berlin etwa hundert Medien-Experten über alternative Modelle der Medienfinanzierung diskutiert. Das Internet stellt zunehmend klassische Geschäftsmodelle für journalistische Inhalte in Frage. Vor dem Hintergrund sinkender Erlöse auf vielen Leser- und Werbemarkten wurden im Berliner Funkhaus des Deutschlandradios Stiftungs- und Genossenschaftsmodelle erörtert. Auf der Tagesordnung der von **Werner Lauff** moderierten Veranstaltung standen aber auch Möglichkeiten und Grenzen von Crowdfunding (Schwarmfinanzierung) und staatlicher Förderung sowie neue digitale Strategien.

Der Intendant des Deutschlandradios, **Willi Steul**, sagte zum Auftakt der Tagung, die klassischen Medien erlebten derzeit einen „so nie gekannten wirtschaftlichen Druck“. Grundsätzlich aber halte er staatliche Subventionen aus ordnungspolitischen Gründen für „hochgradig problematisch“. **Stephan Ruß-Mohl** bezeichnete einen staatlich finanzierten Journalismus gar als „völlig abwegig“. Der Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Lugano analysierte, der Journalismus befände sich in einem „Schrumpfungsprozess“. Für Hoffnungen, Qualitätsjournalismus lasse sich künftig komplett durch Spenden, Stiftungen oder Crowdfunding finanzieren, bestehe wenig Anlass, urteilte Russ-Mohl. So entsprächen etwa Spenden in Deutschland nur 0,1 Prozent des Bruttosozialproduktes und flössen vor allem in humanitäre Projekte. Stiftungen könnten eine dauerhafte Finanzierung journalistischer Angebote schon deshalb nicht leisten, weil sie meist auf spektakuläre Projekte ausgerichtet seien, urteilte der Kommunikationswissenschaftler, der auch das European Journalism Observatory leitet.

Gleich mehrere Experten appellierte beim IQ-Herbstforum an die Politik, Journalismus müsse künftig als gemeinnützig anerkannt werden. **Christian Humborg**, Geschäftsführer des Recherchebüros Correctly, forderte eine entsprechende Änderung des Anwendungserlasses zur Abgabenordnung. **Alexander von Streit**, Chefredakteur und Mitinitiator des Online-Magazins Krautreporter, sagte, er glaube nicht, dass Journalismus per se gemeinnützig sein müsse. Aber er sei davon überzeugt, dass gemeinnütziger Journalismus möglich sein müsse. Ähnlich äußerte sich auch **Hermann-Josef Tenhagen**, Chefredakteur des gemeinnützigen Online-Verbrauchermagazins Finanztip. Darüber hinaus dürften nicht unterschiedliche Mehrwertsteuersätze für Print- und Online-Medien bestehen, kritisierte Tenhagen, dessen gemeinnütziges Online-Angebot der Verbraucherberatung dient und vor allem über Affiliate-Links finanziert wird. **Moritz Tschermak** berichtete als Gründungskredakteur des medienkritischen Watchblogs *topfvollgold*, dass die Gemeinnützigkeit dieses Projektes nur erreicht werden konnte, weil die Macher auch Bildungsveranstaltungen zum Thema Medienkritik anbieten.

„Stiftungen sind nicht dafür da, erodierende Geschäftsmodelle zu heilen“, warnte **Jens Rehländer** davor, allzu stark auf das Stifter-Engagement zu setzen. Der Leiter der Kommunikationsabteilung der Volkswagenstiftung berichtete, der Expertenkreis Stiftungen & Qualitätsjournalismus im Bundesverband Deutscher Stiftungen werde sich künftig dafür einsetzen, dass in der Öffentlichkeit der Wert journalistischer Produkte wieder bewusster gemacht werde. Auch **Marlis Prinzing**, Professorin an der Macromedia-Hochschule in Köln, appellierte an alle Beteiligten, sie müssten den öffentlichen Stellenwert von relevantem Journalismus deutlicher machen. **Simone Jost-Westendorf** leitet seit Juni die neue LfM-Stiftung Vielfalt und Partizipation in Düsseldorf. Sie umriss das Potenzial dieser Stiftung wie folgt: „Wir können den lokalen Journalismus nicht retten, aber zu Kooperationen anregen.“

Zu denen, die beim IQ-Herbstforum alternative Finanzierungsmodelle vorstellten, gehörten auch **Philipp Schwörbel**, Gründer des Berliner Lokalblogs Prenzlauer Berg Nachrichten, und **Konny Gellenbeck**. Die Projektleiterin des taz-Genossenschaftsmodells schilderte, wie die linksalternative tageszeitung erfolgreich darauf setzt, dass Unterstützer/innen Genossenschaftsanteile zeichnen oder freiwillig für Online-Inhalte zahlen. **Bascha Mika**, Chefredakteurin der Frankfurter Rundschau, und **Florian Kranefuß**, Geschäftsführer der Tagesspiegel-Gruppe, gaben Einblicke in die digitalen Geschäftsmodelle der Zeitungsverlage. Beide erklärten, dass die Zahlungsbereitschaft der Internetnutzer für Paywall-Erfolge zu gering sei. Außer den klassischen Bereichen Werbung und Vertrieb würden Medienhäuser ein Bündel neuer Geschäftsmodelle erschließen. Dabei handle es sich um Veranstaltungen oder Newsletter zu Spezialthemen, um E-Paper-Ausgaben und andere Nischenprodukte.

**Ralf Bremer**, Leiter Politische PR bei Google Deutschland, erläuterte, wie die neue Google Digital News Initiative den Journalismus unterstützen will. Außer einem Innovationsfonds gebe es auch Produkt-Kooperationen. Entsprechende Fördermodelle würden in Kürze öffentlich gemacht. „Die Diskussion über die Finanzierung des Journalismus geht weiter“, sagte IQ-Sprecherin **Ulrike Kaiser** am Ende der Veranstaltung voraus. Das Thema gewinne an Dynamik.

*Matthias Kurp*