

DOKUMENTATION

**DJV-FORUM
QUALITÄT**

AM 8. OKTOBER 2001 IN BONN

Deutscher Journalisten-Verband

Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten
Bennauerstraße 60

53115 Bonn

www.djv.de

Kontakt zur Initiative Qualität (IQ)

Ulrike Kaiser

DJV Bonn

Tel.: 0228/2017224

Fax: 0228/2017233

E-Mail: kai@djv.de

Inhaltsverzeichnis	Seite
- Programm	5
- Eröffnung und Impulsreferate	
2.1. Begrüßung Volker Hummel	7
2.2. Ein Weg zu mehr Qualität Prof. Dr. Siegfried Weischenberg	9
2.3. Qualität sichert Zukunft Helmut Heinen	13
2.4. Qualitätssicherung in der Schweiz Vinzenz Wyss	17
- Arbeitsgruppen Einleitende Statements und Berichte im Plenum	
3.1. AG 1: Qualitätssicherung im Team Statement: Berthold L. Flöper	23
Bericht: Lisa Huth	26
3.2. AG 2: Kompetenz-Förderung Statement: Gabriele Bartelt-Kircher	29
Bericht: Dr. Annegret Witt-Barthel	30
3.3. AG 3: Qualität vermitteln Statement: Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl	33
Bericht: Marina Friedt	34
3.4. AG 4: Kontrollierte Kontrolleure Statement: Wolfgang Hahn-Cremer	36
Bericht: Thomas Schelberg	38
3.5. AG 5: Multimediale Möglichkeiten Statement: Jürgen Dörmann	41
Bericht: Frank Riedel	43
- Schlusswort von Volker Hummel	45
- Arbeitspapiere Schweiz/Österreich/IJF	47
- Teilnehmerliste	50

Programm

Es geht um mehr: IQ - Initiative Qualität im Journalismus

DJV-Forum am 8. Oktober 2001, Hotel Maritim, Bonn

11.00 Uhr Eröffnung des Forums

Volker Hummel,
Sprecher der DJV-Arbeitsgruppe „Qualitätssicherung“

Impulsreferate

Ein Weg zur mehr Qualität: Vernetzte Initiativen

Prof. Dr. Siegfried Weischenberg,
Vorsitzender des Deutschen Journalisten-Verbandes

Journalismus und Medien: Qualität sichert Zukunft

Helmut Heinen,
Präsident des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger

Mit vereinten Kräften: Qualitätssicherung in der Schweiz

Vinzenz Wyss,
Verein „Qualität im Journalismus“, Schweiz

12.00 Uhr Imbiss

Fortsetzung Programm

12.30 Uhr Arbeitskreise

- AG 1: ***Qualitätssicherung im Team***
Faktoren im redaktionellen Alltag
- AG 2: ***Kompetenz-Förderung***
Beiträge der Aus- und Weiterbildung
- AG 3: ***Qualität vermitteln***
Forschung und Fachpublizistik
- AG 4: ***Kontrollierte Kontrolleure***
Presserat, Gremienaufsicht und Watchdogs
- AG 5: ***Multimediale Möglichkeiten***
Qualität mit neuer Technik

15.00 Uhr Abschlussplenum: Initiativen im Netzwerk

Berichte aus den Arbeitsgruppen/
IQ in der Diskussion

Moderation: Volker Hummel,
Sprecher DJV-Arbeitsgruppe „Qualitätssicherung“

Eröffnung

**Volker Hummel,
Sprecher der DJV-Arbeitsgruppe
„Qualitätssicherung im Journalismus“**

Ein amerikanischer oberster Richter wurde einmal gefragt, was das denn sei, Pornografie, ob er das klar und allgemeinverständlich definieren könne. Seine Antwort nach kurzem Grübeln: „Wenn ich’s sehe, kann ich’s sagen!“

Geht uns das mit der journalistischen Qualität womöglich auch so? Wenn wir sie sehen, lesen, hören, dann wissen wir’s. Und noch mehr: Wenn die Qualität fehlt, dann merken wir’s erst recht, dann merkt es womöglich auch der Leser, der Hörer, der Zuschauer!

Im Namen des DJV-Bundesvorstandes und als Sprecher der DJV-Arbeitsgemeinschaft „Qualität im Journalismus“ begrüße ich Sie herzlich. Schön, dass Sie es sich einrichten konnten.

Die erfreulich gute Resonanz auf unsere Einladung bestätigt, was wir schon zu wissen glaubten: Das Thema „Qualität in den Medien“ ist in. Im Journalistenverband bzw. in seinen Landesverbänden und in der interessierten Öffentlichkeit. Darüber reden ist wichtig; aber das allein bringt natürlich noch keine Veränderung.

Wie gesagt, eine illustre Runde hat sich hier zusammengefunden, und weil wir schon heute Nachmittag ein wenig klarer sehen wollen, verzichte ich darauf, all die prominenten Gäste einzeln hervorzuheben – keine Regel ohne Ausnahme: Dass der Präsident der Zeitungsverleger, Helmut Heinen, unserer Einladung gefolgt ist und sich äußern wird zum Thema „Qualität sichert Zukunft“, das freut uns, und wir sind gespannt auf seine Ausführungen.

Wir haben Gäste aus dem deutschsprachigen Ausland, aus Österreich: Ich begrüße Dr. Meinrad Rahofer, und ich begrüße Vinzenz Wyss, der uns gleich verraten wird, welche Erfahrungen in Sachen Medienqualität man in der Schweiz gesammelt hat.

Wir haben versucht, zu diesem ersten „Forum Qualität“ alle zusammenzurufen, die zum Teil schon seit Jahren an unserem Thema dran sind: sei es als Gewerkschafter, als Forscher oder Wissenschaftler, als Vertreter eines Aufsichtsgremiums oder als Verbandsvertreter oder auch als Fachjournalist oder -publizist.

Das ist das Schöne an dieser Runde: dass sie nicht auseinanderfällt in kluge Referenten und aufmerksame Konsumenten oder Zuhörer – wir, die wir heute hier sind, dürfen uns zumindest in unserem Arbeitsbereich alle als Experten verstehen. Die Hoffnung des Veranstalters ist, dass sich alle als Mitmacher begreifen und ergo auch ihre Vorstellungen vortragen und in die Debatte einbringen.

Vorarbeit haben wir in der DJV-AG „Qualität im Journalismus“ geleistet, selbst ein schönes Logo der „Initiative Qualität“, das IQ, gibt es schon. Zumindest haben wir die Fragestellungen so formuliert, dass wir heute hoffentlich schon die eine oder andere Antwort bekommen.

Die zentrale Frage lautet: Wie groß ist das Interesse an der Qualitätssicherung im Journalismus? Ist es groß genug, die Arbeit fortzusetzen, die wir heute leisten wollen, die wir schon letztes Jahr mit einem kleinen Expertentreffen gestartet haben? Hat der DJV Verbündete, Mitstreiter, die mit uns zusammen ein „Netzwerk Qualität“ knüpfen, damit das heutige Treffen keine einmalige Angelegenheit bleibt?

Der DJV jedenfalls hat die Brisanz des Themas erkannt, nicht aus Eigennutz, sondern aus einem übergeordneten Interesse heraus: Wo die Qualität der Medien zu wünschen lässt, wo an der Qualität gespart wird, da wird schlimmstenfalls die Axt an die Demokratie gelegt. Oder, auch schlimm genug, die Mediennutzer sehen sich genötigt, ihr gutes Geld für ein mangelhaftes Produkt zu geben, und das lassen sich die Verbraucher ja in anderen Lebensbereichen auch nicht gefallen!

Lassen Sie mich noch eines vorab sagen: Dieses „Forum Qualität“ ist ergebnisoffen; noch kann niemand sagen, welche Erkenntnisse wir gewinnen auf die Frage: Qualitätsnetzwerk, in welcher Form auch immer, JA oder NEIN? Die Form, in der wir das herausfinden wollen, scheint uns geeignet zu sein, nämlich nach den drei Impulsreferaten die freie Aussprache in Arbeitskreisen. Und die Diskussion dort wird anschließend von einem Berichterstatter zurückgespiegelt ins Plenum.

In den Arbeitskreisen sollte niemand der Versuchung nachgeben oder ihr gar erliegen, trotz der Kürze der Zeit allumfassende letztverbindliche Antworten in der Qualitätsdebatte geben zu wollen. Unser Thema ist eher: Wer will mit wem in welcher Form kooperieren mit dem klaren Ziel vor Augen: die Qualität der deutschen Medien zu sichern, wiederherzustellen, zu schaffen, wie auch immer ...

Ich wünsche Ihnen und uns anregende Referate und gute Gespräche in den Arbeitsgruppen.

Journalistische Qualität: Die Debatte, der Begriff, die Aktualität

**Impulsreferat von Prof. Dr. Siegfried Weischenberg,
Vorsitzender des Deutschen Journalisten-Verbandes**

In „BDZV intern“, dem Mitteilungsblatt des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger, stand am 3. Juli 2001 ein Artikel mit der Überschrift: „Tägliche Qualitätssicherung ist Pflichtprogramm“. Im Text ging es um eine Anhörung des Deutschen Presserats zu den Erfahrungen im Fall Sebnitz. Zu Wort kam der Presseratssprecher Manfred Protze von der IG Medien/ver.di, der gesagt hatte, dass professionelle Distanz zu den wichtigsten Sicherungen gegen vorverurteilende Berichte gehöre.

Wie muss man das bewerten: Alle sind sich einig. Der BDZV, der in seinem Organ die Qualitätssicherung zum „Pflichtprogramm“ erklärt, sowieso der Deutsche Presserat, der Vertreter der IG Medien/ver.di, natürlich auch der DJV und natürlich auch alle hier Anwesenden, die hiermit herzlich begrüßt seien. Wir alle wollen etwas für die Qualität der Medien tun und für die Qualitätssicherung des Journalismus; wir, der DJV, wollen sogar ein „Qualitäts-Netzwerk“ initiieren.

Ist so viel Einigkeit nun toll – oder ist da etwas faul?

Vielleicht verstehen wir ja unter Qualität nicht alle dasselbe?

Und vielleicht haben wir ja ganz unterschiedliche Vorstellungen von der Qualitätssicherung und ihren Voraussetzungen? Womöglich denken die Journalisten dabei eher an Geld und die Verleger an gute Worte?

Und vielleicht haben die Kommunikationswissenschaft und die Journalistik, die diese Qualitätsdiskussion mit in Gang gebracht haben, Erwartungen geweckt, die niemand erfüllen kann oder will?

Fragen über Fragen zur „Baustelle Qualität“. Hoffentlich sind wir am Ende dieses Forums klüger.

Mein Job kann und soll hier nur sein, ein paar Hinweisschilder auf dieser Baustelle aufzustellen. Sie sollen vor allem drei Funktionen erfüllen:

- 8) deutlich machen, warum es gute Gründe gibt, gemeinsam das Projekt Qualität/Qualitätssicherung anzupacken (nebenbei: Die Metapher des „gemeinsamen Bauwerks“ ist mir lieber als die Modemetapher „Vernetzung“, die im Programm steht);

- 9) auf ein paar Probleme und Gefahren auf der Baustelle aufmerksam machen und ein paar Konstruktionselemente des Bauwerks benennen;
- 10) einige allgemeine Postulate aus der Qualitätsdebatte auf die aktuelle Situation nach dem 11. September beziehen, die (gerade in diesen Tagen) besondere Herausforderungen für den Journalismus bedeutet.

1. Die Qualitätsdebatte

Einerseits: Das Thema Qualität boomt im Journalismus wie in der Journalistik, also der Wissenschaft vom Journalismus. Es gibt Kongresse wie diesen, es gibt Initiativen wie IQ, und es gibt jede Menge Publikationen.

Andererseits: Qualität ist und bleibt ein schwieriges Thema. Der Begriff ist unklar, die Diskussion oft nebulös. Und: Die Interessen werden nicht klar artikuliert. Auch nach allen Bemühungen der letzten Zeit gilt also: Beim Thema „Qualität“ betreten wir – in theoretischer wie in praktischer Hinsicht – eine Baustelle.

Gewiss aber wurde es Zeit, dass sich der Journalismus und die Journalistenverbände um das Thema Qualität kümmern. Überall da, wo es um hohe Risiken geht, spielen Sicherheitskontrolle und Professionalität eine zentrale Rolle. Flugsicherung und Medizin sind dafür besonders markante Beispiele.

Der Journalismus wird vor allem da riskant, wo das Geschäft eine zu große Rolle und wo die Qualität gar keine Rolle spielt. Doch allmählich wird auch den Akteuren bewusst, dass der Journalismus durch allzu viele Fehler und Fehlleistungen seine Glaubwürdigkeit verspielen kann.

Hier gibt es nun weltweit eine Herausforderung durch ein Unbehagen – gleichermaßen des Publikums wie der Berufsvertreter; überall wird Kritik an der „media performance“ geübt. Man könnte dies leicht im Rahmen einer tour d‘horizon belegen, die in den USA beginnt und über Frankreich, Italien und sogar die Schweiz nach Deutschland führt. Überall lassen sich ähnliche Tendenzen der Kritik beobachten.

Man kann dieses globale Unbehagen auf ein Etikett reduzieren, und dieses Etikett lautet: Entgrenzungen. Entgrenzungen stellen die Identität des Journalismus und die Qualität seiner Produkte zur Disposition: Entgrenzungen hin zur Unterhaltung, zu den Public Relations, zur Technik und insbesondere zum Geschäftsbereich bzw. zum Marketing. Und hier hat der Journalismus aktuell wohl mit seinen größten Problemen zu kämpfen.

Also: Da ist vieles in Bewegung, was das Thema „Qualität“ im Kern berührt. Provoziert werden Neudefinitionen journalistischer Inhalte, Rollen und Standards. Gerade die Journalistenverbände müssen sich intensiv mit dem Thema „Qualität im Journalismus“ beschäftigen. Der DJV hat deshalb bei seinem Verbandstag im Dezember 1999 hier in Bonn eine „AG Qualität und

Qualitätssicherung“ ins Leben gerufen, aus der nun die „Initiative Qualität“ (IQ) hervorgegangen ist. Darüber hinaus hat der DJV zusammen mit der IG Medien/ver.di auch eine internationale, ja, man kann sogar sagen: globale Qualitätskampagne inszeniert. Die International Federation of Journalists (IFJ) hat bei ihrem diesjährigen Kongress in Seoul eine „Quality in Journalism Campaign“ beschlossen (vgl. Seite 51). Die IFJ, die fast 500.000 Journalistinnen und Journalisten in mehr als 100 Ländern der Welt vertritt, ist also ebenfalls der Auffassung, dass man sich um die Qualität des Journalismus kümmern muss.

2. Qualitätsdimensionen

Wir führen die Qualitätsdebatte zum Schutz des Journalismus vor schleichender Deprofessionalisierung, vor Identitätsverlust und vor der Aushöhlung von beruflichen Standards. Dies ist eine allgemeine Feststellung, die der Differenzierung bedarf. Denn „journalistische Qualität“ ist nicht als absoluter und statischer Begriff zu verstehen. Parameter sind u. a. das Medium, die Genres und die verschiedenen Zielgruppen; natürlich gibt es für den Boulevard-Journalismus eine andere „Feinmessung“ als zum Beispiel für die „Süddeutsche Zeitung“.

Des Weiteren: Wir reden bei Qualität über ein großes Spektrum von Faktoren. Es reicht von sozialen und professionellen Rahmenbedingungen bis zu den individuellen Voraussetzungen der Akteure. Konkret: Über Qualität ist zum Beispiel zu reden bei Fehlern in der Tageszeitung, die Leserinnen und Leser misstrauisch machen. Über Qualität ist zu reden bei fehlender fachlicher Kompetenz der Journalisten und bei fehlender Autonomie von Redaktionen. Wir reden über Qualität und Qualitätssicherung auch, wenn es um die Honorare freier Journalisten geht. Das ist inzwischen eine riesige Berufsgruppe, die in Deutschland rund 20.000 Personen umfasst. Deshalb sind verbindliche Regelungen – wie sie im Urhebervertragsgesetz der Bundesregierung vorgesehen sind – hier so wichtig.

Wir reden aktuell über Qualität immer dann, wenn einzelne Journalistinnen und Journalisten das Publikum verstören, weil sie – aus Ehrgeiz oder auf Grund von Druck – über die Stränge schlagen. Wir beklagen – wie Hans Leyendecker – die Qualität der Recherche. Alle sind sich einig: Im deutschen Journalismus wird zu wenig und zu schlecht recherchiert. Und wir beobachten, dass im Online-Journalismus traditionelle Standards (insbesondere: die Trennung von Journalismus und Geschäft) ausgehöhlt werden.

Also: Auf der Baustelle gibt es viel zu tun, und das tun die, denen der Journalismus – aus guten Gründen – am Herzen liegt, am besten gemeinsam. Deshalb gibt es diese Initiative des DJV.

3. Aktuelle Herausforderungen

Ich denke, in den letzten Wochen ist so deutlich wie nie zuvor geworden, dass wir im Zusammenhang mit der Qualitätsdiskussion auch über die Nachrichtenwerte, die redaktionellen Auswahlentscheidungen zu Grunde liegen, neu nachdenken müssen. Alle müssen jetzt, nach dem

11. September 2001, die Agenda neu sortieren; das gilt auch für die Medien. Gewiss wird niemand in Frage stellen, dass über die Terroranschläge in New York und Washington ausführlich, nach allen Regeln der Kunst, berichtet wird. Hier gibt es, gemäß den Nachrichtenwerten der Medien, quasi einen Automatismus: Neuigkeitswert, Negativismus, Personalisierung und die USA als Elite-Nation haben für eine Thematisierung gesorgt, die alles Bisherige in den Schatten stellt. Diese umfangreiche Berichterstattung, die zum Teil auch qualitativ durchaus ansehnlich war, soll von mir nicht grundsätzlich in Frage gestellt werden.

Aber: Es ist schon auffallend, wie schnell der Wahnsinn von Terroristen zu Schlagzeilen, Sonderausgaben und Sonderprogrammen führt, und wie schwer es ist, den täglichen, permanenten Wahnsinn des Hungers in der Welt zu einem Thema der Medien zu machen. Die Tatsache, dass nach Angaben der Welthungerhilfe täglich 24.000 Menschen, darunter 18.000 Kinder, an Hunger sterben, fliegt offenbar unterhalb des Radars journalistischer Wahrnehmung. Ähnliches galt etwa für den Genozid in Ruanda, der aus der journalistischen Wahrnehmung weitgehend ausgeblendet war. Für diese Diskrepanzen der Aufmerksamkeit, so lautet hier meine Botschaft, muss der Journalismus sensibler werden.

Bei der Beschreibung von Qualitäts-Faktoren tauchen in Hinblick auf das journalistische Handwerk in der Literatur immer wieder Begriffe wie die folgenden auf: Neutralität, Sachlichkeit, Transparenz, Distanz, Objektivität, Differenzierung und Vielfalt. Bei diesen Postulaten – die zum Teil synonym verwendet werden und ja auch nicht exklusiv sind – geht es nur scheinbar um rein individuelle Faktoren. Die Diskussion über Qualitätssicherung darf deshalb nicht auf den persönlichen Appell begrenzt bleiben.

Gerade in Hinblick auf Vielfalt hat Martin Stock deshalb mit Recht das Thema „innere Medienfreiheit“ auf die Agenda gesetzt.

In diesen Tagen werden nun zahlreiche generelle Themen der Qualitätsdebatte aktualisiert (und ich rede an dieser Stelle aus guten Gründen kein Wort mehr über den Fall Wickert). Michel Friedman hat beim DJV-Symposium in Montepulciano – vier Tage nach dem 11. September – die These aufgestellt, dass man durch diesen Extremfall viel über den normal/real existierenden Journalismus lernen kann. Damit hat er Recht behalten.

Noch einmal: Die Berichterstattung war insgesamt gewiss kein Desaster, aber in Hinblick auf die Bilder und auf die Begriffe gab es einiges zu beanstanden. Dies gilt für fehlende Distanz (zu Politikern) und fehlende Differenzierung (gegenüber der Gruppe der Muslime). In Hinblick auf den Faktor Transparenz (von Quellen, von Grenzen der Erkenntnis, von Offenlegung von Zensur) wird sich jetzt, da Krieg ist, zeigen, ob aus dem Golfkrieg vor zehn Jahren die richtigen Lehren gezogen worden sind.

Ob wir – der DJV – mit der „Initiative Qualität“ den richtigen Weg eingeschlagen haben, werden wir vielleicht schon heute lernen. Ich wünsche uns allen dazu luzide Diskurse.

Journalismus und Medien: Qualität sichert Zukunft

Impulsreferat von BDZV-Präsident Helmut Heinen, Präsident des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger

Sie haben um ein „Impulsreferat“ gebeten. Bevor ich zur eigentlichen Sache komme und über meine Vorstellungen zum Qualitätsjournalismus spreche, zunächst einige Worte zu den Vorgängen, die uns seit dem 11. September in Atem halten; sie haben ja sehr wohl auch mit unserem Thema zu tun.

Es ist sicher nicht übertrieben, wenn ich sage: Alle in den Medien Tätigen haben die Erfahrung gemacht, dass die Wirklichkeit über das hinausging, was wir uns vorgestellt haben. Wir waren auf diese Dimension von Realität nicht vorbereitet. Und es stellt sich heute die Frage: Wie sind wir damit umgegangen?

Ich nehme an, Sie stimmen mir zu: Information und Verwirrung liegen in Zeiten wie diesen besonders nahe beieinander. Waren wir nicht allesamt auch hilflos, auch ratlos? Fakten, Detailinformationen, wenige, aber starke Bilder, Emotionen, erste geglückte oder gescheiterte Versuche der Einordnung. Das Gros unserer Medien hat auch in dieser Extremsituation eine gute Leistung gebracht, hat Qualität abgeliefert. Und die Menschen haben es ihnen gedankt.

Die Kollegen von den elektronischen Medien waren von der Aktualität besonders gefordert, sie sahen sich einem in kürzester Zeit auf Höchstwerte gewachsenem Publikumsinteresse gegenüber. Die Zeitungen hatten die Chance, in ihrem Tagesrhythmus einigermaßen systematisch vorgehen zu können, erste Sortierungen vorzunehmen, Ergänzungen zu beschaffen und Gedanken aneinander fügen zu können. Die Nachfrage nach Zeitungen stieg.

Die Zeitungen – und als Präsident des BDZV sage ich das sehr gerne – haben sich durch die Breite und die Tiefe ihrer Berichterstattung, ihre Analysen und Hintergrundreports als informativ und vertrauenswürdig erwiesen. Sie haben in ihrer übergroßen Mehrheit der Versuchung zur zusätzlichen Emotionalisierung widerstanden und eher auf eine Versachlichung des komplexen Themas hingewirkt – indem sie im Zweifelsfall Fragen stellten, bevor sie auf alles Antworten gaben. Es kamen erste wichtige Beiträge zur Reflexion, wie sie das Fernsehen unter seinem Druck zur permanenten Live-Berichterstattung nicht leisten konnte. Die Besonnenheit ging nicht über Bord.

Den Aktualitätsvorsprung in der Erstinformation haben die elektronischen Medien. Aber die Zeitungen haben ihre spezifischen Stärken ausgespielt: Kontinuität und Bemühen um Verlässlichkeit der Berichterstattung, saubere Analyse und professionelle Erläuterung. Vielleicht haben das alle gespürt: Die Zeitung ist auch heute d a s universelle, vor allem das nachdenkliche Medium. Zitat: „Wenn es um Gedanken geht, haben die Printmedien die

Meinungsführerschaft.“ Dieses Zitat stammt nicht von einem selbstverliebten Zeitungsmann, sondern von RTL-Chef Hans Mahr, gesprochen im November 2000. Und der Kommunikationswissenschaftler Klaus Schönbach sagt: „Eine Meinung über die Ereignisse, von denen wir im Fernsehen erfahren, kriegen wir hauptsächlich aus den Printmedien.“ Wir Zeitungsleute hören das gerne. Weil es durch Erfahrung belegt ist. Das schließt aber natürlich die Frage nach eigenen Fehlern und Irrtümern nicht aus.

Damit bin ich beim Kern meines „Impulsreferats“. Ein Impuls ist ja gleichzusetzen mit „Anstoß“ Anregung zum Nachdenken: Haben unsere Journalisten die professionellen Voraussetzungen, um den beschriebenen oder anderen Wirklichkeiten gerecht zu werden? Haben wir in unseren Redaktionen ausreichend Fachleute, die kompetent facettenreiche Vorgänge, wie hier unter anderem in der Außen- und Sicherheitspolitik analysieren, gewichten und beurteilen können, die in die Tiefe des Themas gehen und seinen Hintergrund ausleuchten können? Kompetenz ist Voraussetzung für Qualität.

Ich rede nicht von einem akademischen Spezialistentum. Wir brauchen für unsere Zeitungen Generalisten und Spezialisten gleichermaßen. Nur so werden wir den heutigen Leserbedürfnissen gerecht werden können. Das sehen wir im Wirtschafts- und Finanzjournalismus, dem heute ein großer Stellenwert gewidmet wird. Das sehen wir immer schon in den Kulturteilen. Das vermissen wir aber teilweise noch in der Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Themen, gerade wenn es um das Herunterbrechen auf die Auswirkungen für unsere Leser geht.

Generalisten und Spezialisten braucht aber heute auch das Lokale, das nicht nur in den Großstädten alle gesellschaftlichen und kulturellen Auseinandersetzungen der heutigen Welt widerspiegelt. Das Schlagwort „All politics are local“ kann gerade unter dem Aspekt der multikulturellen lokalen Gesellschaften neu definiert werden. Investitionen in die Aus- und Weiterbildung der Redakteure des Lokalressorts sind nicht weniger wichtig als die für politische Leitartikler oder Feuilletonisten.

Auch in Deutschland ist der Begriff „Outsourcing“ Gemeingut geworden. Durch das Auslagern von – meist kostenintensiven – Tätigkeitsbereichen soll Unternehmen zu einer verbesserten Ertragslage verholfen werden. Das ist betriebswirtschaftlich in manchen Bereichen sinnvoll. Für Zeitungsredaktionen sollte ein solches „Outsourcing“ nur in Randbereichen in Frage kommen. Ich weiß, dass es Verlage gibt, die beispielsweise Lokalredaktionen künstlich verselbstständigen wollen. Ich sehe diese Projekte äußerst kritisch. Redaktionen sind keine Hilfsbetriebe wie Bewachungs- oder Werkstattdienste oder Buchhaltungsbereiche.

Zusammenarbeit mit Agenturen, mit spezialisierten freien Redaktionsbüros oder Kooperationen mit Kollegenverlagen sind geübte gute Praxis. Ich halte diese Nutzung von Synergien für richtig, nützlich und noch wesentlich ausbaufähig, aber nicht als Billigmodell, sondern zur Sicherung seriöser und qualifizierter Arbeit. Eine Auslagerung von Redaktionen, etwa von Lokalredaktionen, heißt aber Preisgabe wesentlicher journalistischer Kernkompetenz. Und ich bin auch skeptisch, was die Vorstellung angeht, Redakteure könnten ohne Probleme für alle

Medien, die es in einem Medienunternehmen gibt, arbeiten. Das hat sich bisher kaum als praktikabel erwiesen.

Die journalistische Qualität einer Zeitung oder gar der gesamten Gattung lässt sich zumindest bislang nicht am grünen Tisch festlegen oder gar herbeiführen. Jede Redaktion muss ihre Vorstellung von Qualität mit Blick auf die Interessen ihrer Leser nach Maßgabe ihrer Mittel und Möglichkeiten realisieren. Umfang und Qualität des publizistischen Angebots werden schließlich auch von den wirtschaftlichen Möglichkeiten bestimmt. Das ist angesichts der derzeitigen Marktprobleme eine Feststellung, die man nicht ignorieren sollte, wenn wir über Qualität und Qualitätssteigerung sprechen wollen. Markterweiterung ist für unsere Zeitungen nur in engsten Grenzen denkbar; Marktbehauptung, Stabilisierung ist schon ein ehrgeiziges, aber kein unrealistisches Ziel.

Wir sind aber in den deutschen Zeitungsredaktionen gleichwohl auf einem guten Weg, was die Qualitätsvoraussetzungen der Arbeit betrifft. Der journalistische Nachwuchs, mit dem wir es heute zu tun haben, unterscheidet sich grundlegend von dem vergangener Jahrzehnte oder gar von der Wiederaufbauphase nach dem Krieg. Die oft gar nicht mehr ganz jungen Damen und Herren, die heute in die Redaktionen eintreten, haben in ihrer überwiegenden Mehrheit ein abgeschlossenes Studium. Im vergangenen Jahr waren es 69 Prozent. Die Zahl der Studienabbrecher unter den Volontären ist von 28 Prozent im Jahre 1993 auf neun Prozent in 2000 zurückgegangen.

Diese positive Entwicklung, die wir weiter fördern müssen, trägt zweifellos dazu bei, die Kompetenz unserer Redaktionen zu erhöhen. Die technisierte, globalisierte, verrechtlichte Welt, in der unsere Leser leben, verlangt nach Journalisten, die in Zusammenhängen, auch interdisziplinärer Art, denken können. Das Studium, fast gleich welcher Fachrichtung, ist dafür eine Voraussetzung, ganz sicher trotz des geschilderten Trends keine zwingende und auch nicht unbedingt die wichtigste. Ein Spektrum unterschiedlicher Lebens- und Bildungswege, unterschiedlicher Lebensalter aufzuweisen ist für den Erfolg eines mittleren oder größeren Ressorts von nicht zu unterschätzender Bedeutung. Typische Journalisten-Lebensbilder und -Verhaltensmuster sind ohnehin atypisch genug für unsere Gesellschaft als Ganzes.

Das Redaktionsvolontariat, nach wie vor beste und wichtigste Voraussetzung für einen erfolgreichen Einstieg in den Beruf, sieht neben der praktischen Arbeit der Volontäre in ihrer Zeitung sechs Wochen lang berufsbegleitende Kurse vor. Das Weiterbildungsprogramm ist breit und wird von vielen Redakteuren, die sich spezialisieren wollen oder müssen, angenommen. Ich erinnere an die Möglichkeiten, die zum Beispiel von unserer Seite die hier in Bonn ansässige Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverleger (ABZV) anbietet.

Sie werden zu Recht sagen, dass journalistische Qualität auch von einer angemessenen personellen Ausstattung der Redaktionen abhängt. Und ich will Ihnen nicht widersprechen. Es verdient jedoch festgehalten zu werden, wie die Entwicklung sich tatsächlich vollzogen hat. 1993 waren bei unseren Zeitungen 12.800 Redakteure beschäftigt. Im Jahre 2000 waren es mehr als 15.300. Tendenz steigend.

Das gilt auch für die Redaktionskosten. Ihr Anteil an den Gesamtkosten eines Verlags lag im Jahre 1975 noch bei 13,3 Prozent. Im vergangenen Jahr betrug er 22,5 Prozent. Ein Teil dieser zahlenmäßig drastischen Steigerung um fast 70 Prozent geht sicherlich auch auf die Übernahme von Aufgaben der Seitenproduktion zurück, sicherlich aber nur der deutlich kleinere Teil. Und an dieser Stelle erlauben Sie mir wohl auch den dezenten Hinweis auf die Tariftreue der deutschen Verleger: 95 Prozent der Verlage sind tarifgebunden.

Zum Thema „Qualität“ können auch Journalistenpreise Aufmerksamkeit wecken und erhalten. Ich nenne stellvertretend den Theodor-Wolff-Preis, den wir hier in Bonn verleihen und der im nächsten Jahr seinen 40. Geburtstag feiert. Er ist Maßstab für Recherche, gelungene sprachliche Darstellung und journalistisches Urteilsvermögen. Journalistische Qualität ist das Produkt eigenen Nachdenkens und gewissenhafter Überprüfung des eigenen Standpunktes in aller Freiheit. Dafür stehen die Träger des Theodor-Wolff-Preises.

Wie viele Journalisten kratzen eigentlich gern am Unbekannten und Unbequemen, widmen sich dem Handwerk der Recherche? Ist es wirklich in einer nennenswerten Zahl der Fälle die Rücksichtnahme auf Verlagsinteressen, ist es eine irgendwie benennbare Schere im Kopf, die eine bedeutsame Enthüllung verhindert oder auch nur kritische Ergänzungen zu vollmundig vorgetragenen vermeintlichen politischen „Wahrheiten“?

Oder ist es eine Mischung aus Alltagstrott, aus knapper Besetzung und knapper Arbeitszeit, aus kaum zu filtrierenden Bergen von Presseterminen und Pressemitteilungen, aus Unsicherheit, ob Rechercheergebnisse belastbar sind, und aus mangelnder Aufbruchsstimmung, das Unerwartete zu schreiben? Etwas von allem?

Ich unterstütze alle Versuche, der Recherche in den Ausbildungseinrichtungen, universitärer oder verlagseigener Art, den ihr gebührenden Platz zu verschaffen. Recherchieren muss trainiert werden. Man muss dabei nicht unbedingt den hochtrabenden Begriff „investigativer Journalismus“ bemühen. Wichtig ist, dass man erkennt: Die gediegene Recherche, an die ein Reporter ergebnisoffen herangeht, schützt vor dem vielbeklagten Verdachts- oder Vermutungsjournalismus und ist ganz sicher auch ein entscheidender Imagefaktor für die Zeitung. Nicht jeder Verlag nutzt seine Möglichkeiten.

Als Zeitungsmann habe ich mit Genugtuung zur Kenntnis genommen, was Hans Leyendecker jüngst zu Protokoll gab. Auf die Frage der „Berliner Morgenpost“, ob investigativer Journalismus nur ein Privileg reicher Medien mit nationaler Bedeutung sei, antwortete er: „Durchaus nicht, obwohl ich schmerzlich feststelle, dass ihn sich vor allem kommerzielle Printtitel leisten. Dabei hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk mit den Gebühren durchaus die Ausstattung und den Auftrag dazu!“

Ich widerspreche nur darin, dass dies eine schmerzliche Erkenntnis sei. Es gibt keinen Grund, dass die Zeitungen ihr Licht unter den Scheffel stellen. Sie müssen ihre Stärken selbstbewusst ausspielen, gleichzeitig unverkrampft nach den Schwächen des Mediums fragen und gezielt investieren. Dann wird sich Qualität erhalten und steigern lassen.

Mit vereinten Kräften - Qualitätssicherung in der Schweiz

**Impulsreferat von Vinzenz Wyss,
Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich
sowie Mitinitiator des Vereins „Qualität im Journalismus“
(geringfügig überarbeitetes Wortprotokoll)**

Ich darf Ihnen über diese Initiative berichten, die bereits vor ungefähr drei Jahren in der Schweiz gestartet ist als Verein „Qualität im Journalismus“. Ich beschäftige mich mit dem Thema journalistische Qualitätssicherung als Organisationsfunktion, und damit möchte ich auch einsteigen, weil doch Qualitätssicherung primär im Kontext einer Organisation stattfindet.

Wir haben es zwar mit Individuen zu tun, wir haben es mit einzelnen Journalistinnen und Journalisten zu tun, die in ihrem journalistischem Handeln Qualität sichern; sie genießen hohe Autonomie. Ihr Handeln ist eigentlich nur schwer kontrollierbar, strukturierbar; trotzdem müssen wir sehen: Sie arbeiten als Angestellte, zumeist in Redaktionen. In Redaktionen existieren mehr oder weniger Infrastrukturen der Qualitätssicherung, zum Beispiel gibt es eine bestimmte Spannweite des Qualitätsbegriffs, der eher für eine bestimmte Redaktion zutrifft als für eine andere. Angesprochen werden verschiedene Medientypen nach dem Unterschied, ob ich bei einem kommerziellen Privatrado arbeite oder vielleicht bei einer Autorenzeitung, einer Wochenzeitung – je nachdem habe ich es mit unterschiedlichen Leitbildern zu tun.

Leitbilder können formuliert sein oder nicht formuliert sein in der Redaktion. Sie bestimmen den Qualitätsbegriff, mit dem einzelne Journalistinnen und Journalisten zu tun haben. Bestimmte Normen sind wesentlich beeinflusst durch den organisatorischen Kontext, in dem Journalistinnen und Journalisten in den Teams arbeiten. Und denken Sie (und das ist sicher das, was am plausibelsten ist) an die Organisationsstrukturen, an die Budgets, die zur Verfügung gestellt werden, vielleicht auch an Prozesse, die eingeführt sind – wie Gegenlesen, Redaktionskonferenzen, Blattkritik, Sendungskritik usw. Vielleicht auch Ombudsstellen: Sind sie eingerichtet oder nicht? Das hängt im Wesentlichen davon ab, in welcher Redaktion ich als Journalistin oder Journalist tätig bin.

Gleichzeitig aber beeinflussen natürlich auch die Journalistinnen und Journalisten selbst; sie machen ja die Organisationen erst aus. Das ist ein wechselseitiger Prozess.

Das ist also die Ebene der Organisation. Es ist mir sehr wichtig, dass wir sehen: Redaktionelle Bemühungen, Qualität zu sichern, haben doch nur Sinn oder können nur effektiv sein, wenn sie dort auch entsprechend akzeptiert werden.

Es gibt ja viele Initiativen und Infrastrukturen oder Institutionen, die versuchen, mit unterschiedlichen Strategien Qualität zu sichern. Ich denke da beispielsweise an

Ausbildungsinstitutionen. Aber Ausbildungsinstitutionen sind nur dann effektiv, wenn sie auch Resonanz zeigen oder gekoppelt sind mit Anstrengungen innerhalb der Redaktion. Es nützt nichts, dass es gute Ausbildung zum Recherchierjournalismus gibt, wenn Sie in einem kommerziellen Privatrado arbeiten, wo sich die Haupttätigkeit darauf beschränkt (ich habe selbst sechs Jahre lang in einem solchen Radio in der Schweiz gearbeitet), Agenturmeldungen umzuschreiben und den Behörden das Mikrofon vor den Mund zu halten.

Das ist ein Beispiel. Aber auch Journalistenverbände haben es nicht einfach. Sie sehen das an Tarifverhandlungen, wie schwierig das ist. Zumindest in der Schweiz. Der Presserat wird kaum zur Kenntnis genommen in der Schweiz, kann man sagen. Wenn Sie Journalisten fragen, wie sie den Wert oder die Relevanz dieser Institution einschätzen, sagen sie: „Das sind doch alles Theoretiker, die haben keine Ahnung, wie der Laden läuft“ – obwohl der Presserat sich in der Schweiz vor allem aus Praktikern zusammensetzt.

Medienjournalismus wäre auch eine solche Institution. Medienjournalismus ist dabei ambivalent zu beurteilen. Viele Journalistinnen und Journalisten weisen auch darauf hin, dass Medienjournalismus Gefahr läuft, als Konzernjournalismus interpretiert zu werden oder aber als Kollegenschelte.

Es gibt weitere Institutionen, zum Beispiel die Publikumsforschung. Welchen Beitrag leistet eigentlich die Publikumsforschung für die Qualitätssicherung? Da müssten wir viele Fragezeichen setzen, wenn wir realisieren, dass die Publikumsforschung primär darauf zielt, die Bedürfnisse der Werbewirtschaft zu befriedigen, und eigentlich kaum in der Lage ist, Zufriedenheit des Publikums irgendwie zu messen und in die Redaktionen hineinzutragen.

Das sind einige Punkte, die ich plakativ in die Runde werfe, um Ihnen zu zeigen, dass wir einerseits die Redaktionen haben, in denen Individuen arbeiten, und andererseits außerhalb dieser Redaktionen und Medienunternehmen diese Infrastrukturen, auf die Stephan Ruß-Mohl (übrigens ist auch er hier unter uns) bereits 1994 hingewiesen hat; sie sollen alle einen Beitrag zur Qualitätssicherung leisten. Ich denke, wir müssten da Fragezeichen setzen, weil ich diese Vernetzung tatsächlich nirgends sehe, auch nicht die Wirkung dieser außenredaktionellen Infrastrukturen hinein in die Redaktionen. Die Kopplung mit der eigenen Rationalität der Redaktion sehe ich nicht.

Also müssen wir uns fragen, weshalb dann nochmal solch eine Initiative? Wir haben schon so viele Initiativen und Preise und was auch immer. Ich habe längst nicht alles aufgezählt; wir könnten auch noch Medienrecht und die Medienpolitik dazu zählen, die auch sehr skeptisch von den Journalistinnen und Journalisten beurteilt werden bezüglich der Effektivität in Sachen Qualitätssicherung.

Weshalb braucht es eine solche Initiative trotzdem? Ich glaube, unser Verein möchte sich unterscheiden von den anderen Infrastrukturen, und ich glaube, auch die „Initiative Qualität“ hier hat diesen Anspruch: eben gerade dieses Defizit zu füllen, indem ein verstärkter Dialog zwischen diesen Infrastrukturen hergestellt wird. Die sprechen nämlich gar nicht miteinander.

Ausbildungsstätten und Presserat haben, in der Schweiz zumindest, wenig Kontakt. Es gibt auch wenig Kontakt von Medienpolitik hin zur Ausbildungsstätten usw. Das brauchen wir doch eigentlich, und wir brauchen einen Dialog zwischen den Organisationen und den Medienorganisationen, den Redaktionen und diesen einzelnen Infrastrukturen.

Und in diese Lücke möchte der Verein „Qualität im Journalismus“ in der Schweiz springen, möchte die Stärke dieser Initiative mit den Organisationen koppeln.

Natürlich ist auch dieser Verein entstanden, weil sich ein Unbehagen breit gemacht hat – auf Grund zum Beispiel der Lady Di-Geschichte und einzelner journalistischer Fehlleistungen in der Schweiz. Die haben einige Journalistinnen und Journalisten, Ausbildungsverantwortliche, Medienverleger, auch Gewerkschaftsvertreter und Vertreter der Publizistikwissenschaft an einen Tisch gebracht. Da war ein Selbstzweifel. Man hat sich gesagt: Könnten wir nicht etwas unternehmen, und zwar nicht nur mit den Medienunternehmen, die man gemeinhin mit Qualitätsjournalismus in Verbindung setzt, sondern auch zum Beispiel mit Vertretern aus der Chefredaktion von „Blick“ (das ist unsere Boulevardzeitung). Man hat sich zusammengesetzt mit Vertretern des kommerziellen Radios, des öffentlichen Rundfunks, mit Ausbildungsverantwortlichen, Gewerkschaftsvertretern usw.

Man hat gesagt, wir könnten doch eine Initiative starten – eine Initiative, die viel stärker (und das ist das Wichtige) von innen heraus kommt. Was zum weit verbreiteten Verdruss mit den Medien führt, sind nicht selten Fehler, Arroganz und Unprofessionalität. Wir setzen dagegen: Selbstachtung, Liebe zum Beruf, Verantwortungsgefühl und die Gewissheit (und ich glaube, das ist der wichtigste Punkt): Wenn wir uns nicht selbst um Qualität im Journalismus kümmern, werden es über kurz oder lang andere tun. Etwa der Staat.

Das war der Auslöser für die Gründung dieser Initiative, die Gründung des Vereins „Qualität im Journalismus“. Sie müssen das im Zusammenhang sehen: In der Schweiz steht die Revision des Radio- und Fernsehgesetzes an. In diesem Zusammenhang hat man im Parlament auch darüber debattiert, ob man einen Medienrat gründen will, der für die Presse und für die elektronischen Medien gleichzeitig zuständig ist.

Das waren Vorstöße aus dem Parlament, die die Branche selbst aufgerüttelt haben – und die hat dann gemerkt: Es findet intern eigentlich gar keine Qualitätsdiskussion statt. Die findet außerhalb der Redaktion statt. Diese Kritik, die wir immer wieder hören, setzt am Individuum an: Die Paparazzi sind schuld, oder: Der einzelne Journalist ist zu faul zum Recherchieren.

Diese Kritik blendet immer wieder die organisatorischen Bedingungen aus. Viele davon wurden aber öffentlich gemacht bei der Vereinsgründung. Wir haben sehr gute Erfahrungen gemacht, indem wir die Medienjournalisten von Beginn an ins Boot geholt haben – eine Dreiviertelseite in der „Neuen Züricher Zeitung“ tut natürlich gut, wo es zum Beispiel hieß: „Fahrhilfe für rasende Reporter“; da war dann zu lesen, dass dieser Verein die Selbstheilungskräfte der Medien stärken, also Hilfe zur Selbsthilfe bieten sollte.

Der Verein selbst hat sich in seiner Broschüre auch so geäußert, dass er sich als eine Plattform versteht zur Förderung der Qualitätsdiskussion – eben als Plattform, auf der Vertreter von kleinen Redaktionen mit denen großer Redaktionen zusammenkommen können, Vertreter des öffentlichen Rundfunks mit Vertretern privaten Rundfunks. Und zusammen über Qualität sprechen, weil man das Gefühl hatte, dass diese Diskussion gar nicht stattfindet. Selbstreflektierung oder Selbstkritik – das ist ein Ziel, das mit der Vereinsbildung zusammenhängt. Und schließlich auch ein weiterführendes Ziel: Ein Kompetenzzentrum möchte man werden, in dem Erfahrungen ausgetauscht werden – im Sinne des Benchmarkings.

Was dieser Verein jetzt tut, sage ich Ihnen zum Schluss auch. Einen ersten wichtigen Pflock eingeschlagen hat der Verein, indem er eine so genannte Charta aufgestellt hat (vgl. Seite 60). Damit haben natürlich auch viele gerechnet und gesagt: „Schon wieder so ein Papier wie das Presseratspapier, also die Erklärung von Pflichten und Rechte der Journalisten. Was soll das?“ Wir haben es trotzdem gemacht. Das Papier hat übrigens auch schöne Resonanz gefunden. Zum Beispiel die „Basler Zeitung“ hat den Wortlaut der Charta auf einer ganzen Seite abgedruckt. Das tut natürlich gut, wenn man diese Resonanz der Medienjournalisten hat.

Vielleicht ein paar Punkte aus der Charta: Einsetzung und regelmäßige Aktualisierung von unternehmerischen bzw. redaktionellen Leitbildern wird gefordert. Darin soll nicht nur stehen: „Wir sind der sozialen Marktwirtschaft verpflichtet“, sondern publizistische Leitlinien sollen darin enthalten sein, Redaktionsstatuten wieder zum Leben erweckt werden; das ist ein Postulat. Auch die Verpflichtung, Aus- und Weiterbildung innerhalb der Redaktionen zu sichern, eine transparente Personal- und Informationspolitik oder auch die Durchführung und Evaluation von internen Sendungs- und Blattkritiksystemen, Verbesserung von qualitätssichernden Prozessen wie Gegenlesen oder Gegenrecherche. Selbstverständlich steht in dem Papier auch etwas zu Recherchejournalismus oder zur Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung, zur Unterscheidung zwischen Public Relations und Journalismus.

Sie sehen, nichts Neues eigentlich, was in dieser Charta steht. Haben wir alles schon gehabt. Aber es wurde zum Beispiel Online-Journalismus angesprochen: Wenn Sie junge Journalistinnen und Journalisten befragen, ob sie wissen, dass es nicht gerade zum guten Ton gehört, wenn man sich bezahlen lässt für Beiträge ... (Ich habe das selbst erlebt im Lokalradio: Da ist man halt in die Veranstaltung gegangen, und wenn man 1.000 Franken bekommen hat, hat man auch über diesen Verband noch was Schönes gemacht.)

Weil dieser Verein sich zusammensetzt aus Leuten aus der Branche, können unsere Botschaften und Postulate viel stärker in die Redaktion hinein wirken und werden dort auch stärker diskutiert. Wir führen regelmäßig (eigentlich ist geplant zweimal im Jahr, bis jetzt war es einmal im Jahr) Tagungen durch, auf denen nicht externe Vertreter auftreten, sondern eigentlich Leute aus der Branche selbst, Chefredakteure, Journalistinnen und Journalisten, die über jede Aktivitäten in der Redaktion berichten: Wie führen wir eigentlich das Qualitätssicherungssystem durch, wie funktioniert bei uns das Gegenlesen, wie wird bei uns Benchmarking betrieben, wie vergleichen wir unsere Leistung mit anderen Leistungen?

Ich habe das Programm von der nächsten Tagung (am 30. Oktober 2001) mitgebracht. Da setzen wir uns mit der Frage auseinander, inwiefern das Publikum eine Rolle spielt, wenn es um journalistische Qualität und Qualitätssicherung geht. Was wissen wir denn schon über Publikumsforschung, inwiefern finden Bedürfnisse des Publikums Eingang in Leitbilder? Das sind Fragen, mit denen wir uns auseinander setzen wollen.

Wir haben ständige Arbeitsgruppen. Eine Arbeitsgruppe beschäftigt sich mit Aus- und Weiterbildung. Da wurden Umfragen durchgeführt bei verschiedenen Medienorganisationen und Ausbildungsstätten: Welche Kompetenzen sind heute noch notwendig, zum Beispiel im Online-Journalismus? Das sind Fragen, die dort diskutiert werden. Wir wollen mitreden können. Oder zum Beispiel die Rekrutierungspraxis: Wie sieht es damit in verschiedenen Medienhäusern aus? Wie werden eigentlich junge Leute in die Redaktionen hinein geholt, gibt es auch da, wie in anderen Branchen, sowas wie ein Assessment? Ist das transparent?

Ein letzter Punkt, auf den sind wir jetzt besonders stolz: Wir verleihen einen „Quality Award“. Stephan Ruß-Mohl ist hier, er wird auf der Tagung am 30. Oktober diesen Preis verleihen. Mit dem Preis urteilen wir nicht über guten oder schlechten Journalismus, sondern wir beurteilen Qualitätssicherungsprozesse. Es handelt sich da um ganz kleine Dinge. Zum Beispiel sind die Redaktionen aufgefordert anzugeben, inwiefern bei ihnen ein Prozess wie das Gegenlesen durchgeführt wird. Gibt es da Initiativen, die ganz interessant sind, die man gar nicht kennt? Oder Beitragsabnahme. Oder ein Projekt, das in einer Regionalzeitung garantieren soll, dass festgehalten wird, welche Regionen wann abgedeckt werden. Denn das ist ja immer ein Thema im Regionaljournalismus: Gewisse Regionen haben das Gefühl, sie kommen nie dran; da muss die Redaktion wissen, wann und wie sie diese Region abdeckt.

Das wären also Inhalte dieses „Quality Awards“, der jährlich verliehen wird. Skepsis ist natürlich angebracht. Wir sind auch skeptisch und realistisch, und wir wissen, dass Qualitätssicherung primär mit Organisation zu tun hat. Trotzdem glauben wir noch an diese Initiative – und vor allem daran, dass nur durch ein solches Forum, durch eine solche Plattform der Dialog überhaupt hergestellt werden kann. Zwischen den verschiedenen Infrastrukturen der Qualitätssicherung und den einzelnen Redaktionen eben.

Ich glaube daran, und ich wünsche auch Ihnen für diese „Initiative Qualität“ eine ähnliche Stoßrichtung, vielleicht auch eine Zusammenarbeit.

Arbeitskreis 1: Qualitätssicherung im Team (Faktoren im redaktionellen Alltag)

Eingangsstatement

von Berthold L. Flöper,

Leiter des Journalistenprogramms der Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn

„Es gibt nichts Gutes, außer man tut es!“ Mit diesem Zitat von Erich Kästner möchte ich darauf hinweisen, dass in Sachen „Qualität in der Tageszeitung“, speziell im Lokaljournalismus, viel mehr passiert, als selbst die so genannten Experten wissen. Lassen wir die Killer-Argumente – die natürlich für jeden, der sich persönlich äußert, sehr real sind, das will ich gar nicht bestreiten – einmal außer Acht:

Wir haben zu wenig Personal! Das Arbeitsvolumen steigt ständig! Die Arbeitszeiten werden immer länger! Die Technik wird immer komplizierter!

Das alles stimmt! Und trotzdem: Es geht doch!

In Deutschland gibt es noch ca. 1.500 Lokalredaktionen der rund 380 Tageszeitungen – und in manchen, noch längst nicht allen, stehen Innovationen auf der Tagesordnung. Es sind schlummernde Vulkane, die immer wieder – und man ist überrascht und hocherfreut – „Qualitätsinseln“ ausspucken. Es ist ein Irrtum zu glauben, dass nur die überregionalen Zeitungen, die sich selber als so genannte „Qualitätszeitungen“ bezeichnen, Qualität hervorbringen würden.

Ich möchte einige Qualitätsmerkmale, die sich allerdings auf den Print-Sektor beziehen (eine Umnutzung für seinen Bereich im Hörfunk, TV und im Arbeitsfeld der Freien muss jeder selbst leisten), vorstellen (oder nur daran erinnern) und Sie fragen:

Machen Sie das täglich? Wie machen Sie das – halbherzig? Mit Konzept oder aus dem Bauch? Aus Überzeugung oder weil es von oben gewünscht wird?

Nehmen wir das Stichwort:

„Leserforschung“: Kennen wir uns da aus? Oder überlassen wir es den Chefredaktionen, was für uns gut ist? Wie sind wir mit den Ergebnissen umgegangen? Haben wir sie umgesetzt? Haben wir an eine Evaluation gedacht? Wie haben wir es unseren Lesern gesagt? Gab es eine Planung?

Oder: das „Lesertelefon“: Wie oft setzen wir das ein? Wie werden ganz allgemein die Anfragen oder Kritik (Kritikmanagement) der Leser angenommen, weitergegeben und in der Redaktion kommuniziert?

Wie gehen wir generell mit unserem Kunden, dem Leser um? Was haben wir in der „Woche der

Zeitung“ gemacht? (Eigentlich eine gute Möglichkeit, den Leser in die Arbeit der Redaktion, bzw. des ganzen Verlages schauen zu lassen: Transparenz, Identifikation mit „meiner“ Zeitung.)

Oder schon mal an eine „Gläserne Redaktion“ gedacht? (Dauereinrichtung in Hameln, mit Café und viel Transparenz im Gebäude. Ganz nah am Leser, ganz nah an den Redakteuren. Kurzfristige Aktion bei einem Stadtfest („Volksstimme“) oder eine Aktion im Kaufhausschaufenster („Neue Presse“).)

Die leibhaftigen Korrektoren sind nicht mehr für die Redaktionen da – wie kann man das „Gegenlesen“ organisieren? (Fehler kratzen am Image der Zeitung. Sie sind ein großes Leserärgernis und sorgen für viele erboste Anrufe. Da muss die Redaktion zusammenstehen und keinen Artikel belichten, den nicht ein Kollege gegengelesen hat. Dabei geht es um Rechtschreibung aber auch um Verständnisfragen. Stichwort: Betriebsblindheit.)

Und wie halten Sie es mit der Weiterbildung? Wann waren Sie auf Ihrem letzten Seminar? Kennen Sie (und bewerten Sie) die Angebote? Die Verleger lassen Sie nicht? Kann es auch sein, dass Kolleginnen und Kollegen gar nicht wollen? Warum schaffen wir es nicht – wie in anderen Branchen üblich – Weiterbildung so zu positionieren, dass sie in den Verlagen der Karriere hilft und nicht schadet? („Raus aus der Redaktion“ muss die Devise lauten: neue Aktionen kennen lernen, gegen Kochen im eigenen Saft. Kompetenzsteigerung, Qualität schaffen, neue Ideen. Gegen Vorurteil: „Der hat es ja nötig!“)

Was ist mit den „freien Mitarbeitern“? Wir haben als Redaktionsleiter vieles in der Hand und brauchen nicht nach den Verlegern zu schielen: Schulung ist Investition in die Zukunft, je mehr sie wissen, desto weniger Fehler machen sie, desto weniger Arbeit haben die Redakteure.

Ein interessantes Thema ist der „Führungsnachwuchs“: Mischen wir da mit? Haben wir schon mal über ein Anforderungsprofil für die Chefredakteure/Ressortleiter/Lokalchefs der Zukunft diskutiert?

„Volontäre“: solide Ausbildung ist eine Investition in die Zukunft. (Nicht billige Arbeitskräfte, sondern künftige Kollegen, neben den Volontär-Kursen auch intensive Schulung im Haus.)

Gehen wir mit an der Spitze der Bewegung? Sind wir experimentierfreudig? Sind wir offen für Neues? Oder laufen wir vor Innovation davon? (Das haben wir schon immer so gemacht, das haben wir noch nie gemacht – Killerargumente. Ausgetretene Pfade müssen verlassen werden. Auch Redakteure müssen mit der Zeit gehen und neue Wege gehen, elektronisch, inhaltlich, kreativ.)

Warum leisten wir uns keinen „Ombudsmann“? (Er steht zwischen Leser und Redaktion, bringt sie einander näher und vermittelt)

Das Gleiche gilt für den „Bürgeranwalt“: viele erfolgreiche Beispiele für den Anwalt der Leser, Prominente setzen sich für die Leser ein, auch die Redaktion bekommt „Zunder“ im positiven

Sinne.

Stichwort „Redaktionsmanagement“: Hier nur das Beispiel der E-Mails. Der Trend ist nicht aufzuhalten. Die Leser erwarten sofortige Antwort, das ist das Wesen dieses Mediums. Das muss organisiert werden – entweder täglich im Wechsel zwischen den Redakteuren, oder es gibt einen „Zuständigen“.

„Vereine“ sind im Lokalen wichtig, sie sind das Kreuz des Redakteurs, aber ein Rückgrat der Zeitung, denn die meisten Leser sind in Vereinen engagiert. Wie wäre es mit einem alten Ippen-Spruch: Jeder Leser muss sich einmal im Jahr in der Zeitung wiederfinden. Außerdem bieten die Vereine jede Menge Neuigkeiten – Namen sind Nachrichten.

Die „Blattkritik“ – ein schönes Thema – wie professionell gehen wir sie wirklich an, oder verfahren wir nach dem Motto: Tust Du mir nichts, tue ich Dir nichts? (Regelmäßige Qualitätskontrolle im eigenen Blatt. Nur wenn Fehler angesprochen werden, können sie in Zukunft vermieden werden. Dabei geht es nicht um persönliche Abrechnungen, deshalb sollte auch über die Form der Kritik gesprochen werden.)

Jedes Jahr das gleiche Spiel: Das Sommerloch oder Ostern und Weihnachten kommen über Nacht ... Schon mal was von „Wochen-/Monats-/Jahres-Planung“ gehört? (Das Wörtchen „Sommerloch“ kann ich nicht mehr hören. Mit einer sorgfältigen Planung fällt keine Redaktion in irgendein Loch. Diese Zeit sollte sich jeder nehmen. Von der Hand in den Mund kann auf Dauer keine Qualität entstehen. Außerdem hat so jeder immer eine Geschichte in der Schublade, ganz abgesehen davon, dass auch die freien Tage, Urlaub, Weiterbildung geplant werden können – bei knappen Ressourcen.)

Ein Tipp: Die „Wochenkonferenz“: Synergieeffekte lassen sich am besten nützen, wenn der eine weiß, worüber der andere schreibt. Ideen können bequem ausgetauscht und Serien geplant werden. Man muss sich ja nicht Stunden lang hinsetzen, eine Stunde in der Woche reicht manchmal locker aus. Oder dafür eine Datenbank anlegen: Jeder weiß Bescheid, jeder kann mitdenken.

Und: Redakteure brauchen etwas, woran sie sich „(fest-)halten“ können – ein „Qualitätsbuch“ für die eigene Zeitung, und das umfasst mehr als ein „Stilbuch“ mit dem Hinweis auf die Länge und Überschriftengrößen von Zweispaltern.

Und zum guten Schluss – die Forderung: „Weg von der 08/15-Berichterstattung“ – klar, man kommt um die Terminberichterstattung, vor allem in Gebieten mit Konkurrenz, nicht herum. Klar auch, dass die aktive Lokalredaktion die typischen Stilformen pflegt. Klar ist aber auch, dass man damit keinen Leser mehr hinter dem Ofen hervorlockt. Vielleicht lässt sich der Leser durch Provokationen „anmachen“. Wie wäre es mit einer Pro-und Kontra-Rubrik? Deftige Worte (wie am Stammtisch, ohne auf dieses Niveau herunterzugehen) tragen zur Provokation und letztlich zur Meinungsbildung bei. Können nicht Kolumnen Ross und Reiter nennen? Oder eine rotzfreche Rubrik wie „Kienzle/Hauser“? Oder ganz konkret: Stadtratsbarometer zeigen den

Lesern, wie aktiv ihre Vertreter im Rat sind. Apropos Stadtrat: Wie wäre es damit, die Redebeiträge der Ratsfrauen und -herren per Uhr zu stoppen, in einer Grafik zu verewigen und dem Leser mitzuteilen, wer die größten Schwatzbacken sind ...

Die Liste ist kein Wunderwerk und ließe sich beliebig fortsetzen. Wer hindert Sie wirklich daran, das alles zu tun? Lassen Sie sich nicht von „man könnte, man sollte, man müsste“ unterkriegen. Mein Appell: Bevor Ihnen andere die Konzepte vorsetzen, wäre es nicht besser, Sie spielten Ihre Trumpfkarten aus? Und stellen Ihre Kompetenz unter Beweis? Jeder muss sich seine Qualität erarbeiten. Qualität gibt es für jedes Produkt und für jede Ebene. Also: „Es gibt nichts Gutes, außer man tut es.“

Übrigens: Nicht die Großen fressen die Kleinen, sondern die Schnellen die Langsamen. Und wer zu spät kommt ...

Berichterstattung
durch Lisa Huth,
Saarländischer Rundfunk
(leicht überarbeitetes Wortprotokoll)

Wir haben ziemlich hart und dicht gearbeitet, und ich will einige Ergebnisse vorstellen.

Dass es eine Negativliste zur Qualität gab, kann sich jeder vorstellen; die lasse ich weg. Wir kommen zu den positiven Dingen. Dabei will ich gleich ein Beispiel aus der Praxis geben, von einem Kollegen des Saarländischen Rundfunks, von Stefan Miller, Leiter der Programmgruppe SR 3 Saarlandwelle.

Die wollten ihre Redaktion zu einem Team verschweißen. Sie haben sich zusammengeschlossen und jemanden von außen geholt, nämlich von der Zentralen Fortbildung für Programmmitarbeiter ARD/ZDF (ZFP). Dort gibt es eine ganze Menge Know-how. Das ZFP hat mit der Redaktion ein Seminar gemacht. In diesem Seminar ging es darum, wie man Kritik aneinander übt. Alle kamen mit großer Angst dahin. Sie haben dann gelernt, was konstruktive Kritik ist und konstruktive Kritik aneinander zu üben.

Ergebnis war, dass jeweils ein Kollege/eine Kollegin seitdem einmal in der Woche abwechselnd einen Air-Check macht, was bedeutet, dass man alle Wortsendungen hört und sie jeweils in den Konferenzen einander vorstellt. Man spricht also nicht hinter dem Rücken über die anderen

Leute, sondern man muss ihnen Kritik direkt ins Gesicht sagen. Das bedeutet gleichzeitig, dass sich alle selbst reflektieren mit ihren eigenen Beiträgen.

Das ist ein Beispiel dafür, wie eine Redaktion versuchen kann, zu einem Team zu werden, und zwar auf eine konstruktive Art und Weise: Kritik an anderen, aber auch Selbstkritik üben.

Der Arbeitskreis hat dann gefragt, was man noch machen kann. Mitarbeitergespräche – das ist eine wunderbare Sache, dass man einen Kriterienkatalog hat, dass man sich einschätzt, gemeinsam mit dem Chef über Arbeitsplatz und Perspektiven spricht. Ein Problem sind häufig die Führungskräfte. Wir kamen zu dem Ergebnis, dass nicht nur die Führungskräfte lernen müssen, andere zu motivieren, sondern dass die Führungskräfte auch lernen müssen, sich selbst motivieren zu lassen.

Generell haben wir uns auch die Frage gestellt, wie qualifiziert sind die Führungskräfte. Wäre es nicht sinnvoll zu sagen, Weiterbildung ist auch ein Kriterium, um befördert zu werden? Jede potenzielle Führungskraft müsste nicht nur nachweisen, das und das hat er bzw. sie bisher geschrieben oder gesendet, sondern auch die und die Weiterbildung absolviert, die dazu qualifiziert, Führungsaufgaben zu übernehmen.

Berthold Flöper von der Bundeszentrale für politische Bildung hat mehrere Kriterien für Qualität genannt. Ich will einige zitieren (und wir wechseln jetzt vom Radio zur Zeitung): Die Redaktion könnte einen Korrekturkasten einführen in der eigenen Zeitung, eine seriöse Wochen-, Monats- oder Jahresplanung, um nicht plötzlich davor zu stehen und festzustellen, dass alle festen und freien Mitarbeiter in Urlaub sind.

Eine Chance für die Lokalredaktion liegt auch im Kontakt mit Vereinen oder anderen Organisationen darin, dass man nicht nur die freien Mitarbeiter losschickt und sagt: „Bring mir mal was von der Jahreshauptversammlung“, sondern auch mit den Vereinen in Kontakt tritt, um herauszufinden, was sind das überhaupt für Leute. Oder dass die Redaktion, das sagte auch schon Siegfried Weischenberg, einen Ombudsmann in der eigenen Zeitung einführt, um den Kontakt zu den Bürgern zu halten. Aber das kostet ja auch Geld.

Auch andere Dinge kosten Geld. Zum Beispiel, wenn man eine gläserne Redaktion organisiert. Auf jeden Fall ist das ein wichtiger Punkt für uns und unsere Leser. Wir müssen von den Lesern oder Hörern ein Feedback haben, um zu wissen, ob das, was wir machen, ihnen auch einen Nutzen bringt. Wir müssen den Lesern immer wieder einen bestimmten Service bieten.

Wenn wir mehr Qualität schaffen wollen, können wir nicht als Einzelkämpfer agieren. Wir müssen versuchen, andere für uns zu gewinnen. Das können Kolleginnen und Kollegen sein, freie und fest angestellte, das können Chefinnen oder Chefs sein. Es geht nur gemeinsam; wenn zwei Leute das Bedürfnis haben, etwas für die Qualität zu tun, und die anderen finden es auch gut, muss man zusehen, dass alle mit ins Boot hineinkommen.

Damit sind wir auch bei der innerredaktionellen Freiheit angekommen. Wir haben festgestellt, dass es nur in ganz wenigen Redaktionen ein Redaktionsstatut gibt. Es ist aber wichtig, nicht nur

nach außen transparent zu sein, sondern auch innerhalb der eigenen Redaktion. Und wenn man so weit ist, dass man Selbstkritik und Kritik üben kann, dann kann man auch innerredaktionelle Pressefreiheit üben – nicht gegeneinander, sondern miteinander.

Qualität kostet Geld. Das ist heute Morgen schon festgestellt worden, und deshalb ist es wichtig, auch die Verleger mit ins Boot zu holen zur Unterstützung. Ein Vorschlag zum Schluss: Wie wäre es, wenn wir, vergleichbar dem TÜV-Siegel, ein IQ-Siegel für unsere Redaktionen einführen und uns dafür unabhängige Gutachter suchten, die uns dabei unterstützen? Dazu müssen wir erst einmal Kriterien erarbeiten, und dafür brauchen wir dieses so genannte Netzwerk, die Plattform, den Verbund, wie auch immer wir das später bezeichnen, wo DJV, BDZV, die katholischen Publizisten und alle anderen hier vertretenen Organisation sich gemeinsam austauschen und miteinander arbeiten.

Wichtig ist uns gewesen, dass wir nicht nur einen einzigen Arbeitskreis machen, sondern dass wir Erfahrungen und nochmal Erfahrungen sammeln. Und diese austauschen – übrigens nicht nur schöne Ideen. Damit hätten wir eine Möglichkeit, zusammen zu arbeiten, die Redaktion und die Verleger.

Und jetzt der Schlusssatz, nochmal von Stefan Miller. Der hat gesagt: “Das Ganze habe ich nicht gemacht, weil ich solch ein guter Mensch bin, sondern weil es mir dann viel mehr Spaß macht zu arbeiten.“

Arbeitskreis 2: Kompetenz-Förderung (Beiträge der Aus- und Weiterbildung)

Eingangsstatement

**von Gabriele Bartelt-Kircher,
Leiterin Journalistenschule Ruhr (JSR), Essen**

Ausgangspunkt

Journalistenschulen und professionelle journalistische Aus- und Weiterbildungsinstitute treffen sich auf Einladung des Bildungswerks des DJV seit Jahren ein- bis zweimal jährlich. Dieser Kreis hat inzwischen ein Netzwerk zur Qualitätssicherung aufgebaut.

Themen der gemeinsamen Runden waren in der Vergangenheit zur Hauptsache die vier Strukturmerkmale der journalistischen Aus- und Fortbildung:

- Ausbildung und Rekrutierung
- Vergleichbarkeit der Ausbildung und Marktchancen
- Beobachtung der Veränderung des Berufsbildes
- Aktualisierung von Wissen und Fertigkeiten
- Finanzierung

Zur Zeit haben wir eine regionalisierte Aus- und Fortbildungslandschaft mit regionalen Schwerpunkten. Während Hamburg z. B. stärker die mehrmediale Ausbildung im Blick hat, bieten Essen und Erfurt die regionalen Spezifika für den Printbereich. Dabei ist im großen Ganzen das Angebot der eingeführten Institute sehr ähnlich, die Dozenten – nicht nur Journalisten – sind oftmals identisch. Der Austausch zwischen den Instituten führt dazu.

Technische Standards

Standards in der Aus- und Fortbildung können dann gesetzt werden, wenn die Anforderungen an Aus- und Fortbildung von der Nachfrager-Seite – Journalisten wie Verleger – definiert werden. Zurzeit findet dies vor allem mit Blick auf die technischen Anforderungen statt. Kurse zur redaktionellen Technik hatten im vergangenen Jahr Hochkonjunktur: Photoshop, Colour-Management und Ganzseiten-Umbruch-Programme sowie Layout-Kurse sind gefragt.

Journalistisches Angebot

Was aber die journalistischen Techniken betrifft, so scheitert ein Angebot dazu oft. Recherchekurse und Interview-Trainings jenseits des Volontariats sind oft nur knapp ausgelastet. Dagegen sitzen in Kursen zur verbesserten Wirtschaftsberichterstattung und zum journalistischen Texten mehr Mitarbeiter von Agenturen und PR-Abteilungen als politische Journalisten.

Zeitbudget

Die Arbeitsverdichtung in den Redaktionen und die Belastung der Freien – die für Fortbildung Verdienst- und Auftragsausfall kalkulieren müssen – führen zur Verkürzung der Fortbildungsangebote auf ein oder zwei Tage. Außerdem haben in dieser Situation die direkt arbeitstechnisch notwendigen Kurse Vorrang vor den handwerklichen, wie Nachrichtenschreiben und Recherche. Themenzentrierte Angebote müssen zeitlich nahe zum Ereignis liegen – d.h. kurzfristig und kurzzeitig angeboten werden.

Ziel der Qualitätssicherung

Qualitätssicherung heißt im günstigen Fall: die Vorwegnahme der Entwicklung in Workshops, die Alternativen vorstellen und diskutieren. So praktizierte das die JSR vor der Einführung der digitalen Bildbearbeitung, des Archivsystems, der neuen deutschen Rechtschreibung, zu den Bundes- und Kommunalwahlen, Standortdebatten zur Forensik, EU-Osterweiterung und europäische Themen für die kommunale Ebene, Entwicklung der Sozialpolitik, der Kirchen und der anderen Religionen usw.

Grundprinzip

Schließlich muss Qualitätssicherung ein Grundprinzip der journalistischen Produktion werden, wie es in anderen Branchen längst üblich ist. Daraus folgt dann der Anspruch an Fortbildung und die Wertschätzung derselben. Bis heute hat Qualitätssicherung in vielen Fällen nachrangige statt nachhaltige Bedeutung.

Berichterstattung

**durch Dr. Annegret Witt-Barthel,
Vorsitzende DJV-Landesverband Hamburg**
(leicht überarbeitetes Wortprotokoll)

Wir sind der Frage nachgegangen, wie können wir Eckpfeiler finden, um eine Kultur der Weiterbildung in den Redaktionen in den Medienhäusern zu etablieren. Wir haben uns zum einen die Angebotsseite angesehen (welche Angebote gibt es auf dem Weiterbildungsmarkt?) und zum anderen die Nachfrageseite (wie sieht es in den Redaktionen in den Medienhäusern damit aus, diese Angebote auch abzufragen und für sich in Anspruch zu nehmen?).

Ich möchte voranstellen, dass wir zwar Probleme, Vorschläge und Ziele zu diesen beiden Punkten benannt haben, dass wir uns aber ausdrücklich nicht damit beschäftigt haben, wie die politisch umsetzbar sind, und darin auch ein Ziel der heutigen Tagung sehen: das abzustecken

und dem DJV und den anderen Institutionen mit auf den Weg zu geben, was man damit künftig machen kann.

Zum Angebot: Wir haben als Problem festgestellt, dass es eine ausgesprochen verwirrende und unübersichtliche Angebotsseite gibt und überhaupt keine Qualitätsstandards. Wir haben es also mit anerkannten Institutionen zu tun, die heute hier vertreten sind. Wir haben es mittlerweile aber auch mit wahrscheinlich Hunderten von winzigen Privatanbietern bis hin zu großen Schulen zu tun, von denen wir nicht sagen können, wie eigentlich die Qualität der angebotenen Seminare beschaffen ist.

Um zu Standards, zu Qualitätskriterien und zu Zertifizierungen zu kommen, haben wir zwei Wege vorzuschlagen. Zum einen gibt es eine Institution, die bereits existiert, nämlich ein Treffen der Akademieleiter einmal jährlich beim DJV-Bildungswerk, und zum zweiten wollen wir die Tarifvertragsparteien des Ausbildungstarifvertrages in die Pflicht nehmen, um festzulegen, wie Qualitätsstandards für Aus- und Weiterbildung zu definieren sind.

Zum einen müssten Angebote zertifiziert werden, um da die Spreu vom Weizen zu trennen, siehe oben. Und zum zweiten müsste eine Aufgabe dieser beiden Gremien oder dieser beiden Kreise sein, diese Angebote auch, wie es so schön auf neudeutsch heißt, zu kommunizieren – nämlich an die Redaktionen, in die Medienhäuser, bis hinein in die Lokalredaktionen, um auch bekannt zu machen, was es eigentlich an Möglichkeiten gibt. Denn sehr viele Kolleginnen und Kollegen wissen selbst von Angeboten der Zeitungsverleger nichts. Das Ziel dieser Maßnahme wäre, ein besseres Marketing für Qualifizierung bis in die kleinste Redaktion hinein zu erreichen. Das zum Punkt „Angebote“.

Zur Nachfrageseite: Das ist wesentlich komplizierter, weil wir viele, auch emotional besetzte Vorbehalte gegen Weiterbildung schwer fassen konnten. Wir haben es in den Redaktionen mit dem Phänomen zu tun, dass Weiterbildung häufig ein ausgesprochen schlechtes Image hat, dass vor allem Kolleginnen und Kollegen jenseits des 30. Lebensjahres sehr wenig solche Angebote nachfragen und für sich in Anspruch nehmen, dass Redakteure und Redakteurinnen den Besuch von Weiterbildungsveranstaltungen als ein Eingeständnis empfinden, sie bräuchten wohl Nachhilfe und würden ihren Job nicht verstehen. Dass häufig, wir haben da auch Beispiele genannt, Redaktionsleitungen entsprechende Anfragen abwimmeln, weil sie das als imageschädigend für ihre eigene Redaktion empfinden (nach dem Motto, wir haben es wohl nötig und leisten schlechte Arbeit).

Wir haben uns die Frage gestellt, wie man da einen Wertewandel, eine Veränderung des Bewusstseins erreichen kann. Und das ist natürlich wesentlich schwieriger, als wenn man Qualitätsstandards festlegt. Kurz gesagt: Es ist in Deutschland noch kein redaktioneller Standard, im Gegensatz zum Beispiel zu den USA oder zur Schweiz, Weiterbildung als Selbstverständlichkeit für sich in Anspruch zu nehmen und auch in den Alltag hineinzubringen.

Festzuhalten ist noch zur Schilderung der Problemlage, dass die Angebote sehr unterschiedlich angenommen werden. Technische Angebote (also wie komme ich mit Redaktionssystemen zurecht?) werden gerne, häufig sogar mit Wartelisten für Seminare angenommen, während

handwerkliche oder inhaltliche Auseinandersetzung mit dem journalistischem Alltag abgelehnt werden – aus den Gründen, die ich schon genannt habe.

Wie kann man einen Bewusstseinswandel befördern, der in den Redaktionen notwendig ist, der die Verlegerverbände mit einbinden sollte und auch individuell die einzelnen Kolleginnen und Kollegen erreichen sollte? Appelle nützen nicht viel, war die Meinung. Man sollte versuchen, die Qualität obligatorisch zu machen. Und bei allen Schwierigkeiten, die aus Verhandlungen erwachsen, haben wir doch gemeint, wir sollten Tarifverträge vereinbaren mit der beiderseitigen Verpflichtung, Fortbildung zum Ziel erklären und das umzusetzen. Zum Beispiel zwei bis fünf Tage pro Jahr Weiterbildungsanspruch festzuschreiben.

Ein anderer Vorschlag kam noch, um das schlechte Image etwas abzumildern, den Begriff zu ändern, und nicht von „Weiterbildung“ zu sprechen, also quasi „Klippschule für Fortgeschrittene“, sondern das unter dem Label „Informationsveranstaltungen“ laufen zu lassen.

Weiterhin wurde vorgeschlagen, einen Bewusstseinswandel dadurch anzustoßen, dass man versucht, sich in die Lage derer zu versetzen, die es auch bezahlen müssen. Welchen Benefiz haben die eigentlich davon? Ist Fortbildung imagesteigernd? Wie es zum Beispiel Gruner+Jahr vorführt, die Qualifikation als einen Teil ihres Image verkaufen: RTL hat eine Journalistenschule errichtet, die auch positiv ankommt für das Unternehmen.

Es kam der Vorschlag, ein Qualitätssiegel einzuführen, so nach dem Vorbild „Blauer Engel“. Und etwas für die Imageförderung zu tun, mit dem Ziel, einen Kulturwandel in den Medienhäusern zu erreichen. Wobei es da, wie gesagt, sehr große Unterschiede zwischen den großen etablierten Häusern und den kleinen gibt, zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk. Nach dem Vorbild dessen, was wir aus der Schweiz gehört haben, wäre es sicherlich auch für Deutschland denkbar, dass man dafür eine IQ-Initiative ins Leben ruft, mit allen Beteiligten, die schon genannt worden sind – also mit Aus- und Bildungseinrichtungen, den großen Häusern oder Verlegerverbänden und eben den Organisationen der Journalistinnen und Journalisten.

Noch ein Punkt: die ganze Frage der freien Journalistinnen und Journalisten. Wir haben, wie aufmerksame Zuhörerinnen und Zuhörer gemerkt haben, das Ganze an den Festangestellten aufgehängt und haben uns dann die Frage gestellt, was kann man für die Freien machen. Wobei wir keine Zahlen haben. Ich habe subjektiv den Eindruck, dass Freie die Weiterbildungsangebote stärker in Anspruch nehmen als Festangestellte. Eine Anbindung an Tarifverträge aber birgt das Risiko, dass es ein Anlass wäre, sich auf eine feste Stelle einzuklagen, wenn von den Verlagen Bildungsangebote für Freie finanziert würden. Weil das sehr kompliziert ist, wollen wir das hier erwähnen, aber nicht weiter vertiefen.

Arbeitskreis 3: Qualität vermitteln (Forschung und Fachpublizistik)

**Notizen zum Statement
von Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl,
Freie Universität Berlin/ Journalistenweiterbildung**

(Kurzprotokoll vom Diskussionsleiter des Arbeitskreises, Dr. Michael Plote)

Ausgangspunkt ist der so genannte „I-Faktor“ (= Infrastruktur-Faktor). Dieser von Prof. Ruß-Mohl eingeführte Begriff zielt auf die Vielzahl von Initiativen und Institutionen, die mit ihren Aktivitäten den Journalismus qualitätssichernd prägen (könnten): Aus- und Weiterbildung, Medien(selbst)kontrolle, Berufsverbände, Medienforschung, Medien(fach)journalismus etc. Mit Hilfe dieses Begriffs wird zunächst verdeutlicht, wo die Erkenntnisse der Medien- bzw. Kommunikationswissenschaft landen (könnten).

Der Medienfachjournalismus könnte dabei eine wichtige Funktion haben. Aber er dient oft zur Selbstdarstellung, Schleichwerbung, Berichterstattung über Konkurrenzmedien. „Süddeutsche Zeitung“ und FAZ werden als Beispiele für Trendsetter in der Medienpublizistik genannt. Die tagesaktuellen Medien bieten überwiegend Informationen über aktuelle Programmangebote (vor allem Fernsehen), die insgesamt 50 Prozent der gesamten Medienberichterstattung ausmachen; Informationen über Medienwirtschaft haben nur einen Anteil von etwa zehn Prozent). Zudem stellt sich die Frage nach der Verantwortung der Medienfachtitel.

Der Wissenschaftstransfer der Medien- bzw. Kommunikationswissenschaften erfolgt über wissenschaftliche Zeitschriften; aber die müssten anders, moderner gemacht werden. Beispiele aus Amerika könnten hier Vorbildcharakter haben.

Journalisten wollen und können kommunikationswissenschaftliche Ergebnisse nicht zur Kenntnis nehmen und verarbeiten. Medienwissenschaftsjournalismus gibt es nicht. Wissenschaftler sind in der Regel nicht daran interessiert, in aktuellen Medien zu publizieren. Darunter könnte, so die Befürchtung vieler Wissenschaftler, die wissenschaftliche Reputation leiden.

Kritisiert werden die mangelnden Kenntnisse der Medienkontrolleure – auch mit Bezug auf deren Kenntnisse von Forschungsergebnissen und über Fachpublizistik.

Berichterstattung
durch Marina Friedt,
DJV-Arbeitsgruppe Qualitätssicherung
(leicht überarbeitetes Wortprotokoll)

Ich möchte kurz unsere Diskussionspunkte benennen, die wir debattiert haben. Und dann zu unserer Wunschliste für die Zukunft kommen.

Eine Feststellung der Diskussion war, dass sich Wissenschaftler und Journalisten mehr gegenseitig öffnen müssen. Sie müssen voneinander lernen. Bisher sind das zwei Welten, die nebeneinander existieren, ohne viel miteinander zu tun zu haben. Um sich gegenseitig fachlich zu befruchten, bedarf es einfach mehr Kommunikation.

Fachpublizistik, Medienjournalismus ist ein sehr junges Gebiet. Man kann da noch nicht auf so viele Erfahrungen zurückgreifen. Das ist ein Problem. Auf der anderen Seite muss die Berichterstattung, muss die Fachpublizistik einfach aktueller werden. Es reicht nicht, Analysen zu haben über Berichterstattung, die vor fünf Jahren gelaufen ist. Sondern gerade jetzt anlässlich des Attentats auf das World Trade Center oder der aktuellen Situation in Afghanistan sollte man von der Fachpublizistik lernen können, wie war die Berichterstattung im Kosovo-Krieg, im Golf-Krieg, und wie sieht es jetzt aus? Einfach, um den Journalisten auch für ihren redaktionellen Alltag neue Einsichten zu liefern.

Dann brauchen wir mehr internationale Anregungen; wir müssen über unseren eigenen deutschen Tellerrand hinausgucken, um zu sehen, wie es in anderen Ländern läuft – in Frankreich, Italien, Amerika.

Damit komme ich direkt zu der Wunschliste, die wir aufgestellt haben. Wir hatten Konsens darüber, dass wir keinen Verein brauchen. Was wir vielmehr brauchen, sind kontinuierliche Foren, wie dieses Forum heute – von Verlegerverbänden und Journalisten gemeinsam getragen. Wo Journalisten zu einzelnen Themen debattieren und intensiv in Workshops zusammenarbeiten können. Also auch hier wieder der Begriff „mehr Kommunikation“ zwischen Medienjournalisten und Kommunikationswissenschaftlern.

Zudem sollte die wissenschaftliche Forschung auch immer einen praktischen Nutzwert haben für den redaktionellen Alltag, für die alltägliche Arbeit. Zum Beispiel wäre es ganz interessant zu untersuchen, wie sich die veränderten sozialen Rahmenbedingungen in den Redaktionen auf die journalistische Qualität auswirken. Das fehlt zurzeit. Bisher haben wir ein Outsourcing in den Redaktionen, und solange das gut geht, solange sich das Blatt verkauft, wird einfach weitergemacht. Was wir brauchen, sind fundierte Ergebnisse, aus denen die Auswirkungen auf die Qualität erkennbar wird, damit man auch den Verlegern gegenüber treten und argumentieren kann. Da ist natürlich die Frage, wer soll das bezahlen; aber vielleicht findet man auch Sponsoren dafür.

Internes Monitoring: Was Lisa Huth vom Saarländischen Rundfunk schon gesagt hat,

funktioniert ebenfalls beim WDR ganz gut. Es wäre schön, wenn dies auch in anderen Redaktionen kein Tabu mehr wäre, wenn konstruktive Kritik direkt in den einzelnen Redaktionsstuben Einzug halten würde.

Ein europäisches Netzwerk von Journalisten muss her, und zwar nicht nur bezogen auf die Berichterstattung darüber, wie schlecht es den Kollegen in anderen Ländern geht. Sondern unter der Fragestellung: Was machen die besser als wir? Wo gibt es Entwicklungen und Innovationen, die wir noch gar nicht mitbekommen haben? Also wieder der Blick über den Tellerrand.

Auch favorisiert wurde von uns ein Medien-Award für Qualität. Es wäre klasse, wenn man solch einen Medien-Award vergeben könnte für gute Qualität im Journalismus.

Und eine Vision wäre – in Anlehnung an das Massachusetts Institute of Technology (MIT) in den USA – ein Max-Planck-Institut (MPI), ein kompetentes Institut für Medienforschung. Aber auch da wieder die Nachfrage: Wer soll das bezahlen?

Arbeitskreis 4: Kontrollierte Kontrolleure (Presserat, Gremienaufsicht und Watchdogs)

**Eingangsstatement
von Wolfgang Hahn-Cremer,
Vorsitzender LfR-Rundfunkkommission/
Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM)**

(Das Thesenpapier lag bei Redaktionsschluss dieser Dokumentation noch nicht vor; es wird nach Eintreffen – wie die gesamte Dokumentation – im Internet publiziert: www.djv.de)

**Berichterstattung
durch Thomas Schelberg,
Geschäftsführer DJV-Landesverband Baden-Württemberg
(leicht überarbeitetes Wortprotokoll)**

Der Arbeitskreis hatte in der zur Verfügung stehenden Zeit nicht die Möglichkeit, die vielschichtigen Probleme umfassend auszudiskutieren. Deswegen kann ich hier auch keine feststehenden Ergebnisse präsentieren.

Wir haben uns zunächst einmal mit der Analyse beschäftigt – und das zweigeteilt. Zum einen zu dem Bereich der elektronischen Medien, zum anderen für den Bereich der Printmedien und des Online-Journalismus.

Ergebnis war für die elektronischen Medien im Bereich des privaten Rundfunks, dass die Kontrollmechanismen der Landesmedienanstalten nicht ausreichend funktionieren. Die Landesmedienanstalten arbeiten ja als Missbrauchskontrollinstanz auf der Basis rechtlicher Mindeststandards im Bereich des Jugendschutzes und im Bereich der Trennung von redaktionellem Teil und Werbung. Diese Aufsichtsfunktion wird nicht ausreichend wahrgenommen.

Die Selbstkontrollmechanismen, die gesetzlich vorgesehen sind, nämlich die Programmbeiräte, wie sie im Rundfunkstaatsvertrag und in vielen Landesmediengesetzen verpflichtend festgeschrieben sind, haben keine relevante Funktion im privatem Rundfunk; Programmbeiräte im privatem Rundfunk sind schlicht ineffektiv. Differenziert war die Beurteilung für ein

Selbstkontrollorgan der privaten Fernsehunternehmen, nämlich die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).

In der Arbeitsgruppe ist dann diskutiert worden, diesen Selbstkontrollbereich zu stärken. Man war noch unentschieden, ob dies durch gesetzliches Vorgehen zu geschehen hat, der Gesetzgeber also Mindestkriterien für die Selbstkontrollorgane im privaten Rundfunk aufstellt. Hierzu hat Wolfgang Hahn-Cremer einige Kriterien genannt. Oder ob ein Selbstkontrollorgan eher nach dem Vorgehen des Deutschen Presserats geschaffen werden soll, der zurzeit nur für den Print- und für den Online-Bereich zuständig ist. Das sind zwei Vorstellungen, die in der Arbeitsgruppe als möglich angesehen werden, über die allerdings weiter diskutiert werden sollte.

Dann ist diskutiert worden über den Bereich öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Hier überwog die Meinung, dass die Qualitätskontrolle durch Rundfunkräte, die – das muss man deutlich sagen – nur beratende Funktion haben, ebenfalls nicht ausreichend funktioniert. Hier sind verschiedene Ursachen genannt worden. Zum einen die Ursache, dass die gesellschaftlichen Gruppen, die Vertreter in die Rundfunkräte delegieren, letztlich dominiert werden von politischen Parteien. Obwohl von einer gesellschaftlichen Gruppe entsandt, sind diese Vertreter sehr häufig doch einer politischen Parteiliste zuzurechnen.

Das war ein Aspekt. Der zweite Aspekt war, dass Laien etwas beurteilen sollen, was sie letztlich nicht beurteilen können. Und das führt eben dazu, dass gesagt worden ist, wenn die Rundfunkräte hier eine stärkere Rolle spielen sollen in beratender Funktion, dann müssen diese Rundfunkräte auch qualifiziert werden, und es soll eine stärkere Rückkopplung zu den gesellschaftlichen Gruppen geben.

Bemängelt worden ist die mangelnde Transparenz der Arbeit der öffentlich-rechtlichen Aufsichtsgremien, und es ist auch gesagt worden, dass hier doch eher ein Lobbysystem der Hintergrund ist. Eine positive Ausnahme ist genannt worden: die Ethik-Erklärung, die der WDR-Rundfunkrat kürzlich verabschiedet hat. Dies wurde als zwar guter Ansatz bewertet, aber ein viel besserer Ansatz wäre es, wenn die ethische Diskussion in den Redaktionen selbst geführt werden könnte. Dazu wäre Voraussetzung, nicht nur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, sondern als Empfehlung aus dieser Arbeitsgruppe für alle Medienbereiche, die innere Selbstkontrolle auch durch das Instrument der Redaktionsstatuten zu stärken.

Ich will noch ein Beispiel kurz nennen, ein positives Beispiel für die Selbstkontrolle in journalistischen Bereichen, im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Im SWR gibt es seit Neuerem ein Projekt „Qualitätskontrolle“, das die Redaktionen selbst erarbeitet haben. Dieses Konzept wird in Form von Zielvereinbarungen in den Redaktionen besprochen, es werden die Hörer mit beteiligt, es werden jeweils hundert Hörer befragt zu einem Wochenprogramm, einer Sendung. Und diese Ergebnisse werden dann in den Redaktionen umgesetzt. Das wurde als positives Beispiel genannt.

Ein Satz noch zum Deutschen Presserat. Dessen Arbeit ist differenziert beurteilt worden, letztlich aber ist gesagt worden, dass der Presserat eine Institution ist, die es weiter zu stärken gilt.

Wichtig ist, mehr Öffentlichkeit für den Presserat und seine Entscheidungen herzustellen. Es ist bemängelt worden, dass der Presserat in der breiten Öffentlichkeit – anders als im Medienbereich selbst – kaum wahrgenommen wird.

Gefordert wurde auch ein Kodex für den Unterhaltungsjournalismus.

Die Forderung nach Ombudsleuten ist wie in anderen Arbeitsgruppen auch gekommen; das USA-Beispiel ist von Susanne Fengler von der FU Berlin positiv geschildert worden.

(Ergänzung von Hartmut Beifuß, Diskussionsleiter des Arbeitskreises: Allerdings muss deutlich darauf verwiesen werden, dass die Zahl der Ombudsleute bei amerikanischen Zeitungstiteln gegen drei Prozent tendiert, die Wirksamkeit der „Außenkontrolle“ auf die Medienlandschaft durch diese Einrichtung also eher begrenzt ist. Organisationen, die parteiisch oder interessengelenkt installiert worden sind, um Medienkontrolle auszuüben („watchdogs“) sind in diesem Zusammenhang skeptisch zu beurteilen. Europäische Erfahrungen sind begrenzt anwendbar; allerdings werden Ansätze zur Zusammenarbeit gesucht und – über die Felder der Medienpolitik sowie der journalistischen Interessenvertretungen hinaus – auch im Bereich der Selbstkontrollorgane der Medien als notwendig angesehen.)

Und wie soll es weitergehen? Ein Vorschlag war, eine umfassende Schrift bzw. ein Dossier zum Problem „Qualität des Journalismus“ und der Kontrolle herauszugeben, um eine strukturierte Plattform zu haben für die künftige Diskussion, die dann in Foren weitergeführt werden sollte. Es sollte von dieser Veranstaltung auch ein bewertendes Protokoll an alle Teilnehmer geschickt werden. Und man sollte versuchen, ein erneutes Treffen in diesem Kreis zu organisieren, um diese Problematik weiter besprechen zu können. Auch eine Charta „Qualität im Journalismus“ wie in der Schweiz wurde angeregt.

Arbeitskreis 5: Multimediale Möglichkeiten (Qualität mit neuer Technik)

Eingangsstatement

von Jürgen Dörmann,

stellvertretender Direktor, Deutsches Institut für publizistische Bildungsarbeit, Hagen

In der unendlichen Weite alles umfassender Computernetze und Datenangebote werden es vor allem Journalisten sein, die die neue Medienumwelt kultivieren.

Der Einstieg in „Soft-News“ und der Ausstieg aus Politik- und Hintergrund-Berichterstattung verstärken das Desinteresse der Rezipienten: Wer nur (über) Belangloses berichtet, ist eigentlich überflüssig.

Jede Information im Internet kann mit jeder anderen vernetzt werden. Interaktivität wird zur Voraussetzung der Informationserschließung. Journalistische Kompetenzen verschmelzen mit dramaturgisch-ästhetischen Fähigkeiten.

Die relevanten rechtlichen Grundlagen für die journalistische Berufsausübung müssen zur standardisierten Einstiegsvoraussetzung erhoben werden. Sie gehören zum Pflichtkanon der Lernfelder in den journalistischen Aus- und Weiterbildungseinrichtungen.

Der Pressekodex des Deutschen Presserates sollte Bestandteil eines jeden journalistischen Anstellungsvertrages sein.

Die journalistische Unabhängigkeit ist in den Medien nur durch ihren strukturellen und redaktionellen Schutz zu sichern. Die Berufsorganisationen wie der Gesetzgeber bleiben aufgefordert, durch die Gestaltung einer inneren Pressefreiheit diese Unabhängigkeit zu garantieren.

Das Berufsbild der Journalisten muss fortgeschrieben werden, wobei einerseits die vor allem medientechnisch bedingte Differenzierung des journalistischen Berufsfeldes berücksichtigt, andererseits die alle journalistischen Tätigkeiten einigenden Kernkompetenzen ausgewiesen werden.

Die berufsrelevante Forschung muss ausgebaut und systematisiert werden. Dabei sind vor allem die unterschiedlichen Ausbildungswege und die unterschiedlichen journalistischen Tätigkeitsfelder zu berücksichtigen.

Für die journalistischen Ausbildungsinstitute müssen Mindeststandards gelten, mit denen die Ausbildung in den Lernfeldern gesichert wird und die eine Ausrichtung an den

Kernkompetenzen der journalistischen Profession gewährleisten.

Die eigenverantwortliche Weiterbildung gehört zur Ausübung des professionellen Journalismus und muss tarifrechtlich gesichert werden. Die Weiterbildung konzentriert sich auf außerbetriebliche Qualifikationsangebote, um die betriebsbedingten Routinen überwinden, neues Wissen aneignen und andere Berufserfahrungen prüfen zu können.

Öffentlich zugängliche Informationen sind nur in Teilen öffentlich relevante Informationen. Journalisten unterscheiden sich von anderen Informationsberufen durch ihre professionelle Einstellung gegenüber den aktuellen, öffentlich interessierenden Ereignissen. Die professionelle Einstellung wird für das Publikum in dem Maße erkennbar, wie in den journalistischen Produkten die Kompetenzen der journalistischen Professionalität zu erkennen sind.

Wie andere Berufe zeichnet auch den journalistischen Beruf eine Verantwortung dafür aus, dass die speziellen beruflichen Anforderungen qualitativ zuverlässig und qualitativ den Standards entsprechend erfüllt werden. Deshalb ist es für Journalisten wichtig, sich mehr noch als bisher über die wesentlichen Merkmale ihres Berufs, über die Qualitäten klar zu sein, die durch ihr berufliches Handeln als Standards zu gewährleisten sind.

Qualifizierungswissen hat nur einen begrenzten Zeitwert. Weiterbildung wird zur Notwendigkeit, um den Marktwert journalistischer Profession zu erhalten. Mit den 70er Jahren beginnend und seitdem verstärkt, werden die Lernfelder vor allem durch technische Anforderungen bestimmt und neu modifiziert; vor allem auf Grund der technischen Entwicklungen und Einflüsse haben sich die beruflichen Anforderungsprofile in den zurückliegenden zehn Jahren gravierend verändert.

Im Zusammenhang mit den Informations- und Kommunikations-Techniken weichen auch die Eindeutigkeiten der journalistischen Arbeit in Bezug auf die Medientypen auf. Nun ist man nicht nur Zeitungs-, Radio-, Fernseh- oder Online-Journalist. Die Vermittlungsebene wird zunehmend multimedial konzipiert. Und nach diesem Konzept wird journalistische Arbeit organisiert.

Für das berufliche Alltagshandeln hat das weitreichende Folgen. Der Computer ist nicht mehr nur ein Arbeitsinstrument für das ansonsten gleichbleibende Medienprodukt, sondern er wird zunehmend selbst medialisiert mit Folgen für den Journalismus, die heute noch nicht voll zu übersehen sind. Ob in der Recherche, ob bei der Gestaltung der einzelnen Beiträge, ob im Layout und Design der Formate oder ob in der multimedialen Zusammenführung der verschiedenen Vermittlungsformen – in allen Phasen des Arbeitsprozesses, der Produktgestaltung und des Kommunikationsaufbaus hängen journalistische Leistungen von dem Vermögen ab, alle relevanten Funktionen der Computer zu beherrschen und sich in der vernetzten Welt sicher zu bewegen.

Wo Journalismus stattfindet, in welchem Medienumfeld, mit welcher redaktionellen Aufgabenstellung und in welchen Produktionsabläufen auch immer, muss er sich als eigenständige Informationsleistung gegenüber dem Publikum behaupten und profilieren. Es wird

in Zukunft immer wichtiger werden, dass in der Öffentlichkeit deutlich wird, was Journalismus ist und was er nicht ist. Seine Informationsleistungen konkurrieren um die Aufmerksamkeit beim Publikum mit anderen Informationsleistungen, von denen es vor allem im Internet immer mehr gibt.

Durch Zertifizierung oder Prüfsiegel (Stichwort „Info-TÜV“) kann für seriösen Web-Journalismus eine neue Plattform entstehen. Hierdurch wird zum Beispiel auch dem Web-Publikum transparent, dass es sich um seriöse Informationen handelt.

Berichterstattung
durch Frank Riedel,
DJV-Fachausschuss Junge Journalistinnen und Journalisten
(leicht überarbeitetes Wortprotokoll)

Die Gruppe hat sich vornehmlich mit dem Thema beschäftigt, was ist Journalismus im Web, was macht das Berufsbild des Online-Journalisten aus. Bunter hätte die Gruppe nicht sein können, die sich aus Verlegervertretern, Gewerkschaftern, aber auch aus redaktioneller Seite (und da einmal aus leitender Funktion, aber auch aus „Fußvolk“) zusammengesetzt hat.

So wurden auch sehr kontrovers die Themen Mindeststandard des journalistischen Berufes, Ausbildung, Weiterbildung, Tarife, Pressekodex, innere Pressefreiheit und journalistische Unabhängigkeit diskutiert. Mit der Erkenntnis, dass wir nur ein Etappenmodell praktizieren können, also Schritt für Schritt vorgehen müssen.

Wir haben für uns festgestellt, dass wir vornehmlich erstmal Kriterien darüber erarbeiten müssen, was Online-Journalismus ist. Einen Einstieg werden wir über den Pressekodex finden, haben aber festgestellt, dass es verschiedene Möglichkeiten gibt. Wir sind zu dem Ergebnis gekommen, ein Netzwerk zu initiieren, und zwar vielleicht sogar als Verein. Da wir meinen, wir haben jetzt die Chance, aktiv zu werden, haben wir schon dahingehend angefangen, dass wir unsere E-Mail-Adressen ausgetauscht haben. Und wir werden uns jetzt als Vertreter der unterschiedlichen Gruppen weiterhin austauschen, weil die Zeit natürlich hier ziemlich knapp war.

Fazit: Wir wollen jetzt aktiv werden durch diesen Austausch!

**Anmerkung
des Diskussionsleiters Jens Schröter,
Seminarleiter Online, Akademie für Publizistik, Hamburg**

Zusätzlich zu der Frage, was eigentlich Journalismus im Web ist, wurde auch diskutiert, was als guter Online-Journalismus gelten kann. Die meiste Zeit wurde darauf verwendet, Ideen und Ansätze zu sammeln, wie die Qualität onlinejournalistischer Angebote gewahrt und ausgebaut werden kann.

Zu den Ideen, die in der Arbeitsgruppe zusammengetragen wurden, zählen:

- eine Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia,
- die Verleihung spezieller Preise,
- ein Gütesiegel,
- eine Art TÜV (basierend auf journalistischen Standards wie Objektivität, Fairness usw.),
- eine intensiver Berufsfeldforschung,
- eine sorgfältige Aus- und Weiterbildung,
- die Festschreibung des Berufsbildes,
- permanente Weiterbildung (die auch im herkömmlichen Tarifvertrag verankert ist),
- die Erarbeitung eines Kodex, wie die Rahmenbedingungen für guten Online-Journalismus sein sollten und was guter Journalismus im Netz eigentlich ist.

Da eben nicht alle Schritte auf einmal umgesetzt werden können, einigte sich die Arbeitsgruppe darauf, mit dem Kodex zu beginnen. An diesem Papier sollen sich unterschiedliche Gruppen orientieren können: die Leser, die Werbetreibenden und die Macher (Verlage und Journalisten). Die Grundlage, auf dem dieses Papier entstehen soll, ist der Pressekodex und eine Sammlung von Redaktionsstatuten aus Online-Redaktionen, da diese wahrscheinlich näher an der Realität der Online-Abteilungen ist.

Um diese Sammlung zusammenzutragen, wurden innerhalb der Arbeitsgruppe die E-Mail-Adressen ausgetauscht. Darüber hinaus ist der Arbeitskreis auf die Unterstützung angewiesen. Wenn jemand ein Statut aus einer Online-Redaktion zur Verfügung stellen kann, sollte er/sie sich mit Dateien oder Unterlagen an Jens Schröter wenden: Akademie für Publizistik, Tel.: 040/4147960, Fax: 040/41479690, Mail: j.schroeter@afp-hh.de.

Schlusswort

von Volker Hummel,
Sprecher der DJV-Arbeitsgruppe „Qualitätssicherung“
(leicht überarbeitetes Wortprotokoll)

Ich möchte die letzten Minuten nutzen, um eine Mischung aus Resümee und Schlusswort zu formulieren.

Mein Eindruck ist, die Arbeitskreise haben eine Fülle guter Ideen zusammengetragen. Und die meisten dieser Ideen sind es wert, intensiv weiterverfolgt zu werden. Ich rufe in Erinnerung: Angebote von Weiterbildungseinrichtungen zu zertifizieren, ein Qualitätssiegel oder den „Medien-Award“ zu vergeben, auf europäischer Ebene den Informationsaustausch voranzutreiben, die Arbeit kontinuierlich fortzusetzen.

Das kann man natürlich nur, wenn wir eine Form dafür finden, und das auszuloten war ja ein Zweck dieses Treffens. Ich bin sehr optimistisch, dass wir nicht nur im Gespräch miteinander bleiben. Das wäre das Mindeste, was hier ja auch von allen formuliert worden ist. Sondern dass wir eine Form finden, in der wir möglichst viele ins Boot holen.

Dass der Präsident der Zeitungsverleger unserer Einladung gefolgt ist, empfinde ich als ein sehr positives Signal. Wichtig dabei ist aber, dass sich das nicht alles ausschließlich auf der hohen präsidentalen Ebene abspielt, dass sich also der Verlegerpräsident und der DJV-Vorsitzende einig sind. Sondern wichtig ist der Praxisbezug: Was kommt von all unseren Bemühungen letzten Endes in den Redaktionen an?

Ein operatives Ziel könnte meines Erachtens sein, dass sich eines Tages jede Redaktion ein eigenes „Qualitätsstatut“ gibt, was nicht etwa von oben vorgegeben wird, sondern was die Betroffenen miteinander vereinbart haben. Damit alle Beteiligten wissen, woran sie sind. Der schöne Satz „Qualität gibt es auf jedem Niveau“, der sicher richtig ist, heißt zugleich, dass man in jeder Redaktion individuell festlegen muss, was denn die Maßstäbe sind. Und wenn dann dagegen verstoßen wird, hat man immerhin ein Kriterium, um darüber eine intensive Aussprache herbeizuführen.

In dem Arbeitskreis, in dem ich saß, wurde auch nochmal daran erinnert, dass die ganze Qualitätsdiskussion als Prozess zu verstehen ist. Dass es nicht darum geht, irgendeine Hausaufgabe zu erledigen, unter die man irgendwann ein Häkchen macht.

Auch bei dem Wort „Qualitätssicherung“, das so oft genannt wird, entsteht der falsche Eindruck, dass früher Qualität mal da war; jetzt gibt es irgendwelche bösen Mächte, die uns die Qualität wegnehmen wollen, und wir müssen sie mit Zähnen und Klauen verteidigen. Das wird der

Fragestellung überhaupt nicht gerecht. Es wird immer wieder die Problemstellung neu zu formulieren sein, und wir sollten uns auch bewusst sein, dass wir mit dieser Aufgabe nie fertig werden.

Aber das kann ja nicht dazu führen, dass wir nicht weiterhin Anstrengungen unternehmen. Für den DJV auf jeden Fall bleibt es ein Top-Thema; das zeigt zum Beispiel, dass am 20./21. April 2002 in Würzburg ein sehr prominent besetzter Kongress, initiiert vom DJV-Fachausschuss Tageszeitungen, stattfinden wird. Thema: „Qualität zwischen Anspruch und Andruck“.

Weil ich gerade einen Termin genannt habe, will ich noch einen zweiten nennen. Thomas Leif vom „Netzwerk Recherche“, der auch hier dabei ist, hat mich gebeten, auf eine Veranstaltung hinzuweisen, die von diesem Netzwerk unterstützt wird. Das ist der diesjährige „Mainzer Medien-Disput“ am 27. November in Mainz. Er steht unter dem Motto „New Journalism – vom Kulturgut zum Wirtschaftsgut“; auch da geht es im weitesten Sinne um unsere Problematik.

Ich habe zum Schluss allen zu danken, die an dieser Diskussion nicht als Konsumenten teilgenommen haben, sondern ihre guten Ideen mit eingebracht haben. Ohne diese guten Ideen wären wir nicht bei dem Punkt, an dem wir sagen: Nun werden wir in den zuständigen Gremien des DJV weiter zu sondieren haben, was wir daraus machen und wie wir die Arbeit fortsetzen.

Ich bin ganz sicher, dass dies nicht die letzte Veranstaltung des DJV in Sachen Qualität war.

Arbeitspapiere

Schweiz:

Journalisten und Verleger gründen den Verein „Qualität im Journalismus“

Selbsteilungskräfte stärken, bevor der Kadi kommt

Von Vinzenz Wyss

Engagierte Journalisten, Verleger, Gewerkschaftsvertreter, Medienwissenschaftler und Journalistenausbilder wollen mit der gemeinsamen Gründung des Vereins „Qualität im Journalismus“ der schwindenden Glaubwürdigkeit im Journalismus begegnen und haben damit eine Initiative zur Stärkung der eigenen Selbsteilungskräfte ergriffen. „Was zum weit verbreiteten Verdruss mit den Medien führt, sind nicht selten Fehler, Arroganz und Unprofessionalität“, meinen die Initiatoren, die mit dem breit abgestützten Verein dagegen ankämpfen wollen. Selbstachtung, Liebe zum Beruf und Verantwortungsbewusstsein geben sie als Motive an. Vor allem aber begründen sie die Initiative mit der Gewissheit, dass sich über kurz oder lang andere – etwa der Staat – um journalistische Qualität kümmern werden, wenn die Branche es selbst nicht tut.

Ziel der Gründung des Vereins ist die brancheneigene Förderung und Sicherung journalistischer Qualität. Die Entwicklung von Werkzeugen, Hilfsmittel und Verfahren zur Unterstützung der Qualitätssicherung wollen sich die Initianten zur Hauptaufgabe machen. Angestrebt wird primär der selbstkritische Diskurs unter den Medienschaffenden über die Redaktions- und Verlagsgrenzen hinaus. Mit der Initiative soll innerhalb der Medienbranche das Bewusstsein gefördert werden, dass „Journalismus mehr als ein kommerzielles Geschäft“ ist und „Reichweiten nicht der einzige Qualitätsmaßstab“ sind. Die Vereinsmitglieder streben in erster Linie die Entwicklung von qualitätssichernden Instrumenten an, die innerhalb der einzelnen Medienunternehmen und Redaktionen angewandt werden können.

Als erstes Ergebnis der Vereinsaktivität liegt die „Charta Journalistische Qualität“ vor. Ihre Verfasser gehen davon aus, dass Journalismus eine öffentliche Aufgabe und journalistische Qualität mitbestimmend für die Qualität der Demokratie sind. Die Charta beinhaltet vorwiegend Postulate zur organisatorischen Entwicklung und Sicherung von publizistischen Qualitätsanforderungen auf Unternehmens- und Redaktionsebene.

So wird beispielsweise von den Medienunternehmen sowie vom Redaktionsmanagement die Einsetzung und regelmäßige Aktualisierung von unternehmerischen bzw. redaktionellen Leitbildern gefordert, in denen qualitative publizistische Standards und Ziele festgehalten werden sollen. Postuliert wird auch die Schaffung von Redaktionsstatuten, „welche die innere Pressefreiheit garantieren und Mitwirkungsrechte der Journalisten regeln“ sollen. Weitere

Anforderungen gelten der Realisierung von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen oder einer transparenten Personal- und Informationspolitik.

Ein Schwerpunkt der Charta rückt die konsequente Durchführung und Evaluation der internen Sendungs- bzw. Blattkritik sowie die Verbesserung qualitätssichernder Prozesse wie „Gegenlesen“ oder Gegenrecherche in den Vordergrund. Die Charta fordert aber auch unabhängigen Recherchejournalismus, die klare Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung, die Unterscheidung zwischen Journalismus und Public Relations und die Trennung von Bericht und Kommentar. Die in der Charta aufgeführten Anliegen betreffen also vorwiegend Bereiche, die für die Leser-, Zuhörer- oder Zuschauerschaft nicht transparent sind. Die Initiatoren sind davon überzeugt, dass sich heute kaum ein Medienunternehmen finden lässt, das allen Postulaten umfassend nachkommt.

Eine Hauptfunktion der Charta liegt in der davon erhofften Förderung einer verstärkten Medienkritik. Der Verein organisiert aber auch Weiterbildungsveranstaltungen zum Thema, diskutiert zukunfts-trächtige Modelle der betrieblichen und überbetrieblichen Aus- und Weiterbildung und will in Zusammenarbeit mit der Medienwissenschaft Werkzeuge und Verfahren zur Qualitätssicherung entwickeln.

Als langfristiges Ziel strebt der Verein zudem die Institutionalisierung eines Kompetenzzentrums an, in dem nicht nur Erfahrungen über journalistische Qualitätssicherung ausgetauscht und entsprechendes Wissen zugänglich gemacht werden. Die Rede ist auch von der Schaffung eines Qualitätslabels oder gar von Zertifizierungsverfahren für Medienorganisationen, welche die Anforderungen der Charta erfüllen.

Die Bewährungsprobe steht dem jungen Verein aber noch bevor. Es ist zu hoffen, dass sich jene Skeptiker täuschen, die nicht an die Selbstheilungskräfte der Medienbranche glauben und in der Initiative ein zwar gut gemeintes, aber doch wirkungsloses Unterfangen sehen. Allen Unkenrufen zum Trotz bleibt das unguete Gefühl bestehen, dass der Journalismus einer der wenigen gesellschaftlichen Bereiche ist, der – mit Recht – kaum reguliert, aber auch nur ungenügend selbstreguliert ist. Diesem Handlungsbedarf will der Verein Rechnung tragen.

Informationen: Verein Qualität im Journalismus, c/o MAZ Medienausbildungszentrum, Villa Krämerstein, Postfach 77, CH – 6047 Kastanienbaum

(Die Charta im Wortlaut in *journalist* 11/01, abgedruckt auf Seite 60 dieser Dokumentation)

Österreich:

Verein „Zur Förderung der Qualität im Journalismus“ (Statuten)

§ 1 Name und Sitz des Vereins

Der gemeinnützige Verein führt den Namen „Zur Förderung der Qualität im Journalismus“. Er hat seinen Sitz in Salzburg-Stadt. Seine Tätigkeit erstreckt sich auf das gesamte Bundesgebiet.

§ 2 Vereinszweck

Der Vereinszweck besteht in der Förderung und Sicherung der Qualität im österreichischen Journalismus. Die Tätigkeit des Vereins ist nicht auf Gewinn gerichtet, sondern verfolgt gemeinnützige Zwecke.

§ 3 Maßnahmen zur Erreichung des Vereinszweckes

Diese sind:

1. Förderung der Diskussion und Zusammenarbeit zwischen journalistischer Praxis und Wissenschaft.
2. Durchführung von einschlägigen Veranstaltungen.
3. Förderung der wissenschaftlichen Forschung in diesem Bereich (wissenschaftliche Abschlussarbeiten, Preise etc).
4. Förderung der Publikation von periodischen Berichten zur Entwicklung der Qualität im österreichischen Journalismus.
5. Kooperation mit Berufsverbänden und Einrichtungen wie dem Österreichischen Presserat.
6. Beratungstätigkeit für Medienunternehmen und Berufsverbände bezüglich Qualitätsförderung und Qualitätssicherung.

Die materiellen Mittel zur Erreichung des Vereinszweckes sind Mitgliedsbeiträge, Spenden und sonstige Zuwendungen.

§ 4 Arten der Mitglieder

1. Ordentliche Mitglieder.
2. Außerordentliche Mitglieder: Physische und juristische Personen oder Institutionen. Sie haben alle Rechte der ordentlichen Mitglieder mit Ausnahme des aktiven und passiven Wahlrechts.
3. Fördernde Mitglieder: physische und juristische Personen oder Institutionen.
4. Korrespondierende Mitglieder: physische und juristische Personen oder Institutionen im Ausland mit den Rechten und Pflichten außerordentlicher Mitglieder. Sie dienen dem Vereinsziel durch Bereitstellung von Mitteln. Sie haben das Recht, dem Vorstand Vorschläge im Sinne des Vereinszieles vorzulegen und Mittel zu ihrer Realisierung aufzuzeigen.

§ 5 Erwerb der Mitgliedschaft

Über die Aufnahme von Mitgliedern entscheidet der Vorstand auf Antrag oder Vorschlag eines Mitgliedes mit einfacher Mehrheit

§ 6 Verlust der Mitgliedschaft

Die Mitgliedschaft endet durch:

1. Tod bei physischen Personen, Wegfall der Rechtspersönlichkeit bei juristischen Personen.
2. Freiwilligen Austritt.
3. Streichung von der Mitgliederliste (bei Nichtzahlung des Mitgliedsbeitrages).
4. Beschluss des Vorstandes (Zweidrittelmehrheit).

§ 7 Mitgliedsbeiträge

Die Höhe der Mitgliedsbeiträge wird von der Generalversammlung festgesetzt. Der Vorstand ist berechtigt, den Mitgliedsbeitrag in Einzelfällen herabzusetzen.

§ 8 Rechte der Mitglieder

1. Ordentliche Mitglieder haben Stimmrecht in der Generalversammlung sowie aktives und passives Wahlrecht.
2. Außerordentliche Mitglieder: Sie nehmen an der Generalversammlung teil, sind aber nicht stimmberechtigt.

§ 9 Pflichten der Mitglieder

Sämtliche Mitglieder haben die Interessen des Vereins zu wahren und zu fördern.

§ 10 Organe des Vereines

Die Organe des Vereines sind:

1. Generalversammlung
2. Vorstand
3. Rechnungsprüfer
4. Schiedsgericht

§ 11 Die Generalversammlung

1. Die ordentliche Generalversammlung findet in jedem zweiten Kalenderjahr statt und ist vom/von der Vorsitzenden spätestens vier Wochen vorher schriftlich einzuberufen.
2. Vorsitzender der Generalversammlung ist der/die Vorstandsvorsitzende.
3. Die Generalversammlung ist beschlussfähig, wenn mindestens fünf stimmberechtigte Mitglieder anwesend sind.
4. Für Beschlüsse und Wahlen ist die einfache Stimmenmehrheit erforderlich. Beschlüsse über Statutenänderungen bedürfen der Zweidrittelmehrheit der anwesenden Stimmberechtigten.

§ 12 Kompetenzen der Generalversammlung

1. Änderung der Statuten (Zweidrittelmehrheit der anwesenden Stimmberechtigten).
2. Wahl des Vorstandes und der/des Rechnungsprüfer/in/s (einfache Mehrheit der anwesenden Stimmberechtigten).
3. Festsetzung der Mitgliedsbeiträge (einfache Mehrheit der anwesenden Stimmberechtigten).
4. Beschlüsse über die freiwillige Auflösung des Vereins sowie über die Verwendung eines allfälligen restlichen Vereinsvermögens (Zweidrittelmehrheit der anwesenden Stimmberechtigten).

Informationen: Dr. Meinrad Rahofer, Österreichische Medienakademie/ Kuratorium für Journalistenausbildung, Karolingerstraße 40, A-5020 Salzburg, www.kfj.at

Internationale Journalisten-Föderation (IJF):

IJF-Kampagne Qualität im Journalismus

Der 24. IJF-Weltkongress weist das IJF-Executive Committee an, Kernaktivitäten auf eine „Kampagne Qualität im Journalismus“ zu richten.

Qualität spielt eine fundamentale Rolle im Journalismus – sowohl in Print- und Rundfunk- als auch in neuen Medien, unabhängig davon, ob Journalisten fest angestellt oder frei arbeiten.

Qualität bedeutet nicht nur, der Gesellschaft zuverlässige Informationen zu liefern. Für Journalisten bedeutet sie

1. dass sie sich ihrer Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Demokratie bewusst sind,
2. dass sie über ethische Fragen reflektieren,
3. dass sie sowohl alte Arbeitsmöglichkeiten behalten als auch neue in der Informationsgesellschaft gewinnen können.

Qualität hat zur Vorbedingung:

- Presse- und Meinungsfreiheit,
- redaktionelle Unabhängigkeit,
- angemessener Rechtsrahmen,
- Transparenz und unbeschränkter Zugang zu Informationen,
- ausreichende wirtschaftliche Sicherheit und Arbeitsbedingungen, die durch Tarifverträge gesichert werden,
- Urheberrechtsschutz – sowohl in wirtschaftlicher Hinsicht als auch hinsichtlich der Urheberpersönlichkeitsrechte,
- persönliche Sicherheit,
- Quellenschutz,
- nennenswerte Ausbildungsstandards und -rechte,
- Freiheit, sich in unabhängigen Gewerkschaften, Berufsverbänden und Betriebsräten zu organisieren, die Interessen von Journalisten verteidigen.

Zur Umsetzung dieser „Kampagne Qualität im Journalismus“ soll die IJF die enge Kooperation mit und die Unterstützung durch andere Menschenrechtsorganisationen, Berufsverbände und internationale politische Institutionen suchen.

Aktivitäten sollen in enger Abstimmung mit den Mitgliedsorganisationen koordiniert werden und den von den Mitgliedsgewerkschaften definierten Prioritäten Rechnung tragen. Die Einrichtung regionaler Expertengruppen sollte erwogen werden, die dem nächsten Kongress die Ergebnisse ihrer Arbeit vorlegen sollen.

Die „Kampagne Qualität im Journalismus“ könnte das Follow-up der erfolgreichen „Media for Democracy“-Kampagne sein.

(Einstimmig verabschiedet auf dem 24. IJF-Weltkongress 2001 in Seoul)

Teilnehmerliste

Angela Andresen	Journalistin, Westerau
Martin Angelstein	Hessischer Journalisten-Verband
Gabriele Bartelt-Kircher	Journalistenschule Ruhr, Essen
Dr. Markus Behmer	Uni München/ Kommunikationswissenschaft
Hartmut Beifuß	AG Qualität
Ruth Blaes	Zentrale Fortbildung Programm ARD/ZDF (ZFP)
Heinrich Bleicher-Nagelsmann	ver.di, Berlin
Corinna Blümel	Fachausschuss Freie
Joachim Dangel	Burda-Journalistenschule, München
Hans Diedenhofen	WDR-Ausbildungsredaktion
Saskia Döhner	Fachausschuss Junge Journalisten
Jürgen Dörmann	Journalisten-Zentrum Haus Busch, Hagen
Dr. Anton Magnus Dorn	ifp München
Michael Dostal	Projektteam Lokaljournalisten
Hubert Engeroff	DJV Bonn
Brigitte Fehrle	AG Qualität
Susanne Fengler	FU Berlin/ Kommunikationswissenschaft
Berthold L. Flöper	Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn
Marina Friedt	AG Qualität
Hans-Joachim Fuhrmann	BDZV, Berlin
Karl Geibel	DJV Baden-Württemberg
Peter Gollnik	Kieler Nachrichten, shjv
Dr. Jürgen Grimm	Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V.
Wolfgang Hahn-Cremer	LfR/ALM, Düsseldorf
Lothar Hausmann	Medienhaus Dortmund
Ursula Heimann	VDZ
Helmut Heinen	BDZV
Marlies Hesse	Journalistinnenbund, Köln
Peter Höver	AG Qualität
Volker Hummel	AG Qualität
Lisa Huth	DJV Saarland
Martin Kämper	Fachausschuss Bildjournalisten
Ulrike Kaiser	AG Qualität/ <i>journalist</i>
Uwe Kammann	epd Medien, Frankfurt/Main
Wilfried Kochner	WDR Hörfunk/Texte, Töne, Bilder
Hanns J. Kocks	AG Qualität
Michael Konken	DJV Niedersachsen
Evelyn Lackner	Initiative Tageszeitungen
Dr. Thomas Leif	Netzwerk Recherche

Manfred Letzelter	Fachausschuss Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Ulrike Maercks-Franzen	Redaktion M, ver.di, Stuttgart
Wolfgang Marr	DJV Thüringen
Ralph Menz	Zeitungsgruppe lahn-dill
Stefan Miller	Saarländischer Rundfunk
Damian Müller	AG Qualität
Hanns J. Neubert	Technisch-Literarische Gesellschaft (TELI)
Leonhard Ottinger	RTL-Journalistenschule, Köln
Dr. Hans Paukens	Deutsche Hörfunkakademie, Dortmund
Michaela Pilter	Gesellschaft Katholischer Publizisten
Dr. Michael Plote	AG Qualität
Dr. Bernhard Pörksen	Uni Hamburg/ Kommunikationswissenschaft
Dr. Meinrad Rahofer	Verein Qualität im Journalismus, Österreich
Frank Riedel	Fachausschuss Junge Journalisten, Hamburg
Mercedes Riederer	Deutsche Journalistenschule, München
Horst Röper	Formatt-Institut, Dortmund
Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl	FU Berlin/ Journalistische Weiterbildung
Roland Schatz	Medien Tenor, Bonn
Thomas Schelberg	DJV Baden-Württemberg
Katharina Scheurer	Uni München/ Kommunikationswissenschaften
Renate Schroeder	Europ. Journalisten-Föderation (EJF), Brüssel
Jens Schröter	Akademie für Publizistik, Hamburg
Dr. Walter J. Schütz	freier Journalist/Zeitungsstatistik, Bonn
Jutta Specht	Bonner General-Anzeiger
Sabine Stadtmüller	Deutscher Frauenrat/ Journalistinnenbund
Klaus Steiner	Henri-Nannen-Schule, Berlin
Prof. Dr. Martin Stock	Medienrechtler, Uni Bielefeld
Andreas Stopp	Medienredaktion Deutschlandfunk, Köln
Joachim Türk	RZ Online/Rhein-Zeitung, Koblenz
Ella Wassink	Deutscher Presserat, Bonn
Prof.Dr. Siegfried Weischenberg	DJV
Günther Weislogel	Fachausschuss Tageszeitungen
Dr. Annegret Witt-Barthel	DJV Hamburg
Runar Woldt	Media Perspektiven, Wiesbaden
Vinzenz Wyss	Verein Qualität im Journalismus, Schweiz