

Akademietag
20. Juni 2011, Berlin

Gemeinnützig finanzierter Journalismus

Strategien, Ideen und Projekte

Ergebnisprotokoll

Die BMW Stiftung Herbert Quandt und die Hamburger Stiftung für Wirtschaftsethik haben im Rahmen der Berliner Stiftungswoche am 20. Juni 2011 einen Akademietag durchgeführt.

Die Idee ergab sich aus längeren Kontakten zwischen den beiden veranstaltenden Stiftungen mit vielerlei anderen Akteuren, unter anderem mit der Initiative Wissenschaftsjournalismus, der Stiftung Neue Verantwortung und dem Netzwerk Recherche e. V. Im Rahmen der Tagung sollten einerseits US-Erfahrungen mit stiftungsfinanziertem Journalismus für Deutschland betrachtet und andererseits deutsche Bedarfe an Stiftungsengagement im Medien-/Journalismus-Sektor erhoben sowie Handlungsansätze für Stiftungen diskutiert werden.

An der Tagung nahmen ca. 30 Vertreter von Stiftungen, aus der Wissenschaft sowie Vertreter der journalistischen Zunft teil. Den einzelnen Debattenteilen gingen jeweils Impulsvorträge von Wissenschaftlern und Stiftungsvertretern voraus. Inhaltlich moderiert wurde der Akademietag im Auftrag der Veranstalter durch Dr. Wolf Schmidt/PhiPolisConsult, der über langjährige Erfahrung als Stiftungsvorstand und mit journalistischen Projekten verfügt.

Neben einer Reihe von Einzelschlägen kristallisierte sich der Wunsch und die Notwendigkeit einer institutionalisierten Fortsetzung derartiger Akademiegespräche zu diesem Thema als „Gesprächskreis Journalismus und demokratische Öffentlichkeit“ heraus.

Ergebnisse

Die Debatte erbrachte mehrere Kernbefunde:

- Das Angebot journalistischer Qualität ist in den USA deutlich schlechter als bei uns. Jedoch gibt die bisherige Erfahrung, dass die US-Medien für Deutschland Trends vorwegnehmen, Grund zu erheblicher Besorgnis.
- Es gibt in den USA interessante Ansätze philanthropischen Engagements im Journalismus. Neben den prominenten Beispielen Spot.us und ProPublica sind eine Reihe lokaler Initiativen mit einer Mischfinanzierung aus Spenden und Erträgen zu nennen. Allerdings ist auch in den USA nur eine geringe Zahl von Stiftungen in diesem Sektor engagiert und die investierten Summen mögen für Pilotprojekte angemessen sein, können kein Gegengewicht zum Medienbusiness schaffen. Prof. Friedland: „The commercial media market cannot be replaced by foundations, but transformation might be facilitated by foundations.“

- Deutlich wurde, dass das deutsche Gemeinnützigkeitsrecht anders als in den USA stark unternehmerischem Stiftungsengagement im Mediensektor enge Grenzen setzt. Besonders Beteiligungen aus der Substanz der Stiftungen gestalten sich steuer- und aufsichtsrechtlich schwierig.
- Engagements deutscher Stiftungen im Bereich Journalismus und Medien sind häufig auf die jeweils spezifische Themenkommunikation bzw. allgemeine Nachwuchs- und Austauschprogramme ausgerichtet. Auffällig ist dabei die hohe Zahl von Journalistenpreisen. Eine systematische Förderung ist bisher lediglich für den Wissenschaftsjournalismus zu verzeichnen. Es bestand Einigkeit, dass ein Perspektivwechsel der Stiftungen vom Thematischen zum Systematischen geboten ist („Journalismus-Förderung statt Journalisten-Förderung“).
- Neben der Förderung des investigativen Recherche-Journalismus sowie des lokalen und regionalen Journalismus auf der einen Seite wurde der europäische und internationale Journalismus zur Förderung einer europäischen Öffentlichkeit jenseits der Staats- und Sprachgrenzen auf der anderen Seite als mögliches Betätigungsfeld von gemeinnütziger Journalismus-Förderung angesehen.
- Einigkeit besteht in der Einschätzung, dass bisherige Geschäftsmodelle von Medien wie Kiosk-, Abo- und Anzeigengeschäft in Auflösung begriffen sind. Es kann jedoch nicht Aufgabe von Stiftungen sein, in diese Marktprozesse einzugreifen. Eine unterstützende Tätigkeit bei der Einführung und Evaluierung neuer, auch spendenfinanzierter Refinanzierungsmodelle mit Labor-Charakter durch Stiftungen erschien jedoch wünschenswert („Entwicklungshilfe für neue journalistische Formen“).
- Einigkeit besteht, dass das bisher von privaten Medienunternehmen und öffentlich-rechtlichem Angeboten getragene System der Öffentlichkeit und damit die gesamte Vierte Gewalt in der Demokratie einem dramatischen Wandel unterliegt. Bisherige Geschäftsmodelle von Medienunternehmen erodieren, aber journalistische Arbeit wird keinesfalls überflüssig, sondern muss sich den neuen Gegebenheiten anpassen. Diese Anpassung ist eine unternehmerische Aufgabe, so dass nicht der Print-Sektor oder das Tageszeitungsgeschäft gemeinnützig gefördert werden sollten („Unternehmensversagen, nicht Marktversagen“), sondern der Journalismus in seiner demokratischen Funktion. Anstatt alte Defizite auszugleichen sollte das Interesse des Dritten Sektors deshalb der Förderung neuer Organisationsformen einer medialen Öffentlichkeit gelten. Das Internet ist hierbei kein neues Medium, sondern eine neue Kulturtechnik.

- Unabhängiger Qualitätsjournalismus ist Grundlage einer pluralistischen Meinungsbildung und notwendiger Facilitator von Öffentlichkeit. Stiftungen sind als zivilgesellschaftliche Akteure aufgerufen, sich mit den Herausforderungen eines künftigen Systems der Öffentlichkeit zu beschäftigen. Die Bedrohungen einer demokratisch verfassten Gesellschaft sind vielfältig. Allerdings sind auch die Chancen, Öffentlichkeit zivilgesellschaftlich neu und besser zu konstituieren, historisch beispiellos. Damit aus Chancen Realitäten werden, ist das Engagement von Stiftungen unverzichtbar.

Handlungsoptionen

Im Rahmen des Akademietages wurden verschiedenen Handlungsoptionen für Stiftungen aufgezeigt.

Initiative für einen Gesprächskreis Stiftungen und demokratische Öffentlichkeit

Zuvörderst haben viele der Anwesenden dem Wunsch Ausdruck verliehen, den begonnen Diskurs stiftungsübergreifend sowie mit Experten außerhalb der Stiftungslandschaft weiter zu führen.

Es wurde angeregt, einen ständigen Kreis von Stiftungen zu initiieren, die miteinander sowie im Austausch mit Journalisten, Medienwissenschaftlern und Medienunternehmen die Herausforderungen einer Kultur von Öffentlichkeit zum Gegenstand strategischer Überlegungen machen.

Dabei sollten zunächst drei Aspekte im Mittelpunkt stehen:

- Die gemeinnützige Förderung von Journalismus als Element der Förderung des demokratischen Staatswesens sowie die Rolle von Stiftungen zu beleuchten, projektieren und begleiten;
- im Austausch mit Medien-Praktikern und –Wissenschaftlern neue Formen des Journalismus zu denken und auf eine mögliche gemeinnützige Förderung zu prüfen;
- in der deutschen Stiftungslandschaft einen kontinuierlichen, evidenzbasierten und koordinierten Dialog zum Thema gemeinnützig finanzierter Journalismus zu etablieren.

Dieser Gesprächskreis sollte dabei allen Stiftungen offen stehen. Zunächst sollte für die beteiligten Stiftungen nur ein locker koordinierter Gedankenaustausch mit Ergebnissicherung angestrebt werden, aus dem heraus Kooperationen und Initiativen entwickelt und gesteuert werden können, die ggfs. das Thema gemeinnützig geförderter Journalismus in einer stiftungsübergreifenden Initiative in den Bundesverband einbringen .

Über einen solchen Gesprächskreis hinaus wurden verschiedene andere Ideen von Teilnehmern des Akademietages eingespeist, unter anderem die eines „Kompetenzzentrums Journalismus & Demokratie, eines „Institutes für Recherchejournalismus & Medienrecht“ oder die Übertragung der Plattform „spot.us“ nach Deutschland. Die Weiterentwicklung dieser Ideen gemeinsam mit den jeweiligen Initiatoren kann ebenfalls in den Gesprächskreis einfließen.

In einem ersten Schritt haben die Hamburger Stiftung für Wirtschaftsethik und die BMW Stiftung Herbert Quandt die Initiative zu einem solchen Gesprächskreis ergriffen und laden weitere Stiftungen ein, diese mitzutragen. Dieser „Gesprächskreis Stiftungen und demokratische Öffentlichkeit“ steht allen Stiftungen offen. Eine erste Veranstaltung ist für den 29. November in Hamburg geplant.

Ansprechpartner für Rückfragen:

Christian Möller

Hamburger Stiftung für Wirtschaftsethik

Max-Brauer-Allee 22

22765 Hamburg

christian.moeller@wertevolle-zukunft.de

Weitere Informationen unter www.bmw-stiftung.de



Prof. Dr. H.J. Kleinsteuber
Universität Hamburg



Prof. Holger Wormer
Institut für Journalistik Dortmund, TU



Prof. Lewis A. Friedland
Direktor des Center for Communication
and Democracy, University of
Wisconsin-Madison



Gabriele Störmann
Active Philantropy



Markus Hipp
Geschäftsführender Vorstand der
BMW Stiftung Herbert Quandt



Teilnehmer des Akademietages
am 20. Juni 2011,
BMW Stiftung Herbert Quandt,
Büro Berlin