

Prof. Dr. Christian Stöcker
HAW Hamburg, Fakultät DMI, Hamburg

**Schleswig-Holsteinischer Landtag
Umdruck 19/6015**

Barbara Ostmeier
Vorsitzende des Innen- und Rechtsausschusses
des Schleswig-Holsteinischen Landtags
24105 Kiel

PROF. DR. CHRISTIAN STÖCKER
Studiengangsleiter
Digitale Kommunikation

Hamburg,
11.07.2021/13.07.2021

**Betreff: Erbetene Stellungnahme zu Drucksache 19/2650
Bericht zur Situation der Medienlandschaft in Schleswig-Holstein**

**HOCHSCHULE F ANGEWANDTE
WISSENSCHAFTEN HAMBURG**
Fakultät Design, Medien,
Information
Department Information
Finkenau 35
22081 Hamburg

HAW-HAMBURG.DE

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Medienlandschaft in Schleswig-Holstein unterliegt, wie aus der detaillierten Darstellung in Drucksache 19/2650 hervorgeht, den gleichen Zwängen und dem gleichen Veränderungsdruck wie Medienhäuser und Medienschaffende im Rest Deutschlands und in weiten Teilen der übrigen Welt. Die zentralen Veränderungsvektoren sind der Rückgang des Anzeigenvolumens, insbesondere im Printbereich, rückläufige Printauflagen und damit einhergehend ein wachsender Kostendruck, dem traditionelle Medienanbieter sich ausgesetzt sehen. All diese Einflüsse sind rückführbar auf eine sehr schnell voranschreitenden Änderung des Mediennutzungsverhaltens vor allem, aber bei Weitem nicht nur bei jüngeren Zielgruppen. Insbesondere im lokalen Bereich wäre ein Wegbrechen qualitativ hochwertiger journalistischer Angebote ein großes Problem und mittelbar eine ernsthafte Gefahr für die demokratische Kultur des Landes. Die bereits seit längerer Zeit im Gang befindliche Medienkonzentration ist auch in Schleswig-Holstein deutlich zu beobachten: Der überwiegende Teil der lokalen Berichterstattung im Printbereich stammt aus zwei überregionalen Zeitungsverlagen, die mit ihren Zentralredaktionen große Teile der Angebote auch lokaler Zeitungen bestücken und deren lokale Berichterstattung durch Kostendruck und zusätzliche Aufgaben für Redakteurinnen und Redakteure durch die parallel zu betreibenden digitalen Angebote unter immer schwierigeren Bedingungen hergestellt werden müssen.

Die Drucksache 19/2650 enthält bereits eine Reihe von bedenkenswerten Vorschlägen zu Förderansätzen, mit denen staatliche Mittel eingesetzt werden könnten, um diesem Problem zu begegnen, ohne dabei die journalistische Unabhängigkeit aufs Spiel zu setzen. Diskutiert werden u.A. Stiftungsmodelle, die Anerkennung von Journalismus als gemeinnütziger Zweck, die gezielte Förderung der Auslieferung gedruckter Tageszeitungen und weitere mögliche Fördermaßnahmen.

Aus meiner fachlichen Perspektive sollten Fördermaßnahmen insbesondere die zwangsläufige Transformation der deutschen Medienlandschaft aktiv unterstützen. Eine direkte Förderung journalistischer Geschäftsmodelle verbietet sich meiner Ansicht nach schon aus Gründen der journalistischen Unabhängigkeit. Die Förderung der Zustellung, die der VZN in seiner Stellungnahme als Infrastrukturmaßnahme beschreibt, kann hier im höchsten Fall eine vorübergehende Maßnahme sein, da der Wandel des Journalismus zu einem konvergenten digitalen Angebot meiner Wahrnehmung nach ein unaufhaltsamer Prozess ist. Möglicherweise wäre es sinnvoller, die noch bestehende Abonnementkundschaft durch gezielte Maßnahmen und Aktionen an die eigenen digitalen Angebote heranzuführen, als eine noch weitergehende staatliche Bezuschussung des Niedriglohnsektors im Bereich der Zeitungszusteller anzustreben, zumal auch die Print-Werbeerlöse, die auf die so abgesicherte Reichweite angewiesen sind, weiter zurückgehen dürften, selbst dann, wenn nach dem Ende der Corona-Pandemie eine leichte Erholung stattfinden sollte. Eine staatliche Förderung sollte sich eher an zukunftssträchtigen denn an in einem unaufhaltsamen Abstieg befindlichen Geschäftsmodellen orientieren.

Vor diesem Hintergrund wäre die gezielte Förderung von Schulungs-, Umschulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen für die Angehörige der Zeitungsverlage und Medienhäuser eine sinnvolle Alternative, sowie die Förderung von Medienbildungs- und Kompetenzangeboten gerade auch für ältere Mitbürgerinnen und Mitbürger, gerade auch in ländlichen Regionen, in denen die Zustellung sich schon länger nicht mehr rechnet. Damit einhergehen sollte, auch wenn dies zunächst nicht nach einer medienpolitischen Maßnahme klingt, dringend eine massive Förderung des kabelgebundenen und mobilen Breitbandausbaus. Der VZN konstatiert, dass „aufgrund des schleppenden Netzausbaus in ländlichen Regionen längst nicht alle Zeitungsleser, selbst wenn sie sogar dazu bereit wären, auf die gedruckte Ausgabe zugunsten der digitalen verzichten können“. Dies ist kein gutes Argument für die Förderung der

Printzustellung, aber ein sehr gutes Argument für die massive Förderung des Netzausbaus, denn davon würden ländliche Regionen auch noch in anderer Hinsicht massiv profitieren.

Unterstützung bei der digitalen Transformation der Medienlandschaft muss und sollte sich jedoch nicht auf bereits etablierte Akteure im Markt beschränken. So zeigt das vom DJV SH vorgebrachte Beispiel der „media FORTI – Koalition für Journalismus der Zukunft“ aus der Schweiz einen denkbaren Ansatzpunkt: Eine quelloffene, für journalistische Projekte verfügbar gehaltene Infrastruktur für die digitale Medienproduktion und -publikation. Flankierend könnte über Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen für freie Journalistinnen und Journalisten, aber auch für interessierte Laien oder sogenannte Influencer nachgedacht werden. Dazu sollte explizit auch eine kritische, aber lösungsorientierte Auseinandersetzung mit den Potentialen, Risiken und Problemen der neuen Aufmerksamkeitsverteiler im digitalen Raum gehören, also der Plattformen von Suchmaschinen über soziale Netzwerke und Messenger bis hin zu Videoplattformen. Diese neuen Verbreitungswege erfordern neue Herangehensweisen, die einem stetigen Wandel unterliegen, und erzeugen gleichzeitig medienethische und qualitätsbezogene Dilemmata, mit denen sich die Journalistinnen und Journalisten der Zukunft frühzeitig, intensiv und kritisch auseinandersetzen müssen.

Fundierte Berichterstattung über lokale Themen gehört zu den beim Publikum populärsten Ausprägungen des Journalismus, und es ist im Interesse der demokratischen Öffentlichkeit, hier auch alternative und neue Anbieter, Formate und Verbreitungswege zu unterstützen – sofern gewährleistet ist, dass die Anbieter sich an Richtlinien wie den Pressekodex und andere Grundregeln der journalistischen Arbeitsweise und Ethik halten. Gerade die Popularität gewisser sogenannter alternativen Medienangebote im Zuge der Corona-Pandemie hat gezeigt, dass nicht alles, was sich selbst Journalismus nennt, diesen Namen verdient und Wahrhaftigkeit und inhaltliche Qualität gelegentlich dem Wunsch nach Reichweite, Beifall und/oder Refinanzierung zum Opfer fallen. Hier könnte die MA HSH eine Rolle spielen, die ihre bisherige Kontrollfunktion im traditionellen Medienspektrum erweitert. Vor diesem Hintergrund sind auch die Bedenken des VZN hinsichtlich einer möglichen Anerkennung des Journalismus als gemeinnützig durchaus nachvollziehbar. Stiftungsfinanzierter Journalismus, der von einzelnen, besonders zahlungskräftigen Akteuren finanziert und damit de facto seiner Unabhängigkeit beraubt wird, wäre kein Nutzen, sondern eine Gefahr für die demokratische Öffentlichkeit. Das heißt aber nicht, dass Stiftungs- und Spendenmodelle nicht dennoch denkbare Alternativen beziehungsweise Ergänzungen zu rein werbe- oder abonnementfinanziertem Journalismus sein könnten. Es gibt

international einige durchaus namhafte und auch publizistisch erfolgreiche und bedeutsame Beispiele für ganz oder teilweise stiftungs- und spendenfinanzierte journalistische Angebote, vom britischen „Guardian“ bis hin zur US-Organisation „ProPublica“. Stiftungs- und spendenfinanzierte journalistische Angebote müssten allerdings einem Regelwerk unterworfen werden, das echte Unabhängigkeit von den Geldgebern aber auch von staatlicher Gängelung garantiert und einmal mehr die Anbieter auf die Grundsätze journalistischen Handwerks und journalistischer Ethik verpflichtet.

Ein weiterer Ansatzpunkt sind in der Drucksache ebenfalls genannte Kooperationen über die Grenzen von Medienhäusern und sogar Geschäftsmodellen hinweg. Beitragsfinanzierte Konkurrenz zu kommerziell agierenden Medienhäusern ist allerdings ein Problem, das bei derartigen Kooperationen nicht aus dem Blick geraten darf.

Ein aktuelles Beispiel für ein an der Entwicklung des Journalismus in eine zukunftsfähige Richtung orientiertes Projekt ist UseTheNews, an dem auch die HAW Hamburg beteiligt ist. Auf Initiative der Deutschen Presse-Agentur entstand einerseits eine vom Leibniz-Institut für Medienforschung in Hamburg (Hans-Bredow-Institut) durchgeführte Studie über die Mediennutzung junger Zielgruppen, andererseits wird in einem von der HAW Hamburg koordinierten und organisierten News Literacy Lab auf Basis dieser aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnisse an neuen Medienformaten gearbeitet, die sich speziell an jüngere Zielgruppen wenden, von Audio- und Videoformaten bis hin zu Angeboten für spezifische Plattformen und neuen Bezahlmodellen. Die Gefahr, dass gerade Teile der jüngeren Zielgruppen inmitten des rapiden medialen Wandels den Bezug zu journalistischer Berichterstattung und ihrer Bedeutung für die demokratische Willensbildung verlieren, ist real und eine der zentralen Triebfedern des Projekts. Einzigartig an UseTheNews ist der interdisziplinäre und auch über die Grenzen von Medienhäusern und Geschäftsmodellen hinweg gepflegte Ansatz: Teams, deren Mitglieder aus traditionellen oder jüngeren Medien, aus kommerziellen Verlagen oder öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten kommen, arbeiten über all diese Grenzen hinweg zusammen an der Entwicklung von Medienformaten und -konzepten, mit denen nachrichtliche Inhalte auch jüngeren Zielgruppen in ihrem durchdigitalisierten Medienalltag noch zugänglich und attraktiv gemacht werden können. Die Ergebnisse dieser Zusammenarbeit, vom Studienergebnis bis hin zum Produktprototypen, auch Medienmacherinnen und –machern in Schleswig-Holstein zugänglich zu machen und mit geförderten Schulungsprogrammen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Medienhäusern ebenso zukunftsfähig zu machen wie beispielsweise lokale freie Journalistinnen und Journalisten oder junge Akteurinnen und Akteure in den digitalen Medien könnte ein

weiterer Ansatz sein, den Medienwandel gerade mit Blick auf die immense Bedeutung lokalen Journalismus für die Demokratie positiv und zukunftsweisend zu gestalten. Es ist schwer abzusehen, wie die mediale Zukunft, wie die Zukunft des Lokaljournalismus genau aussehen wird. Sicher ist: Das Publikum hat an qualitativ hochwertiger regionaler und lokaler Berichterstattung ein hohes Interesse, und die Möglichkeiten des digitalen, multimedialen, jederzeit verfügbaren Journalismus sind noch längst nicht ausgeschöpft.

Mit freundlichem Gruß,

Prof. Dr. Christian Stöcker