

## **Rede von Hermann Neusser, Vorsitzender Kuratorium für den Theodor-Wolff-Preis, anlässlich der Festveranstaltung am 2. September 2009 in Berlin**

Es gilt das gesprochene Wort

Herzlich bedanke ich mich bei Geschäftsführung und Chefredaktion der Deutschen Presse-Agentur für die freundliche Einladung nach Berlin. Die dpa zählt zu den Jubilaren des Jahres 2009, genau wie die Bundesrepublik Deutschland und unser Grundgesetz mit dem Artikel 5, der unsere Meinungs- und Pressefreiheit garantiert.

Gestern vor 60 Jahren, am 1. September 1949, ging die erste dpa-Meldung über den Ticker. Die dpa war und ist ein Garant für eine unabhängige, breit gefächerte Berichterstattung und damit auch eine tragende Säule unseres vielgestaltigen Pressewesens. Und nebenbei bemerkt: Schon 1963 wurde ein Redakteur der dpa mit dem Theodor-Wolff-Preis ausgezeichnet: Rudolf Küstenmeier, seinerzeit ein verdienstvoller Nahost- und Israel-Korrespondent.

Mit der Zusammenfassung der dpa-Redaktionen in Berlin wird die Leistungsfähigkeit unserer Agentur weiter gestärkt. Wir, die deutschen Zeitungsverleger, freuen uns über diese Entwicklung und werden sie mit großem Interesse verfolgen.

Die Zeitung, wie wir sie kennen und schätzen, steht in einem Transformationsprozess wie wohl niemals zuvor in ihrer Geschichte. Schneller ist die Devise, bunter, individueller, dem Publikum noch stärker zugewandt.

Wenn es um Qualitätsjournalismus geht, braucht sich die Zeitung jedenfalls nicht zu verstecken. Die Preisträgerinnen und Preisträger, die wir heute ehren, geben diesem Journalismus ein Gesicht: Regina Köhler für die „Berliner Morgenpost“, Henning Sußebach für „Die Zeit“, Bastian Obermayer für die „Süddeutsche Zeitung“ und Thomas Scheen für die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“. Sie haben mit Reportagen und Essays Maßstäbe für Qualität gesetzt, an denen sich junge Journalisten orientieren können. Ihre Beiträge stehen für geistige Unabhängigkeit und Seriosität, ganz im Sinne des Namensgebers dieses Preises.

Ich freue mich, dass die Zahl der eingesandten Arbeiten wieder gestiegen ist: und zwar auf 374. In die Endauswahl haben es 17 Texte geschafft. Bedauerlich finde ich aber, dass nach wie vor zu wenig gute Beiträge aus dem Lokalen eingereicht werden.

Das sollte sich ändern. Die lokale und regionale Berichterstattung ist eine der Hauptsäulen unseres Mediums. Hier können und müssen wir täglich unsere Kompetenz beweisen. Ich bin der festen Überzeugung, dass es viele preiswürdige Artikel gibt, die unsere Jury nur leider nicht zu sehen bekommt, und dass es mit Engagement und Ehrgeiz sogar noch mehr werden könnten.

Meine Idealvorstellung heißt: Aus jedem Haus ein preisverdächtiger Beitrag! Das wird sich nicht von heute auf morgen verwirklichen lassen. Aber wir sollten es angehen. Denn fest steht: Gerade kleine und mittlere Zeitungen mit dem Lokalteil als Kernkompetenz sind für die politische und geistige Orientierung in ihrer Region entscheidende Größen.

Zum siebten Mal wird heute Abend auch ein journalistisches Lebenswerk mit dem Theodor-Wolff-Preis ausgezeichnet. Die unabhängige Jury würdigt damit die Arbeit von Frau Nina Grunenberg. Sie hat sich als Reporterin, Ressortleiterin und stellvertretende Chefredakteurin der Wochenzeitung „Die Zeit“ mit klugen, kritischen, gründlich recherchierten Porträt-Reportagen einen Namen gemacht. Vor 35 Jahren, 1974, wurde ihr erstmals der Theodor-Wolff-Preis zuerkannt.

Nina Grunenberg - daran möchte ich in dieser Stunde erinnern - hat schon 1967 mutig die gängige Regel in Frage gestellt, wonach Journalisten nicht über Kollegen schreiben. Sie lieferte in ihrem Buch „Die Journalisten“ typische „Bilder aus der deutschen Presse“ und ließ ihr Publikum an

Arbeit, Atmosphäre, Milieu und Mitteln des alltäglichen Journalismus teilhaben.

Es war das Jahr, in dem erstmals das Schreckwort vom „Zeitungssterben“ kursierte und der Deutsche Bundestag über die „Krise der Presse“ debattierte.

Wir sehen: Das Krisen-Thema ist nicht neu. Aber es stellt sich uns heute in anderer Form dar. Damals, in den späten 1960er Jahren, ging es in erster Linie um ökonomische Probleme. Mit ihnen haben wir es natürlich auch heute noch zu tun. Doch angesichts immer mehr konkurrierender Medien ist die Frage nach den Inhalten, nach ihrer Qualität in den Fokus gerückt.

Der Zeitungsjournalismus kann nicht da weitermachen, wo die elektronische Konkurrenz mit ihren publizistischen Ansprüchen stehen- (oder besser gesagt: stecken-) geblieben ist. Immer mehr vom Selben kann nicht das richtige Konzept sein!

Wir müssen die Zeitung nicht neu erfinden. Wir müssen aber dem Leser transparent machen, welchen Mehrwert ihm die Zeitung bietet!

Es ist ein Faktum, dass die Vermehrung des Informations- und Unterhaltungsangebots das Nutzerverhalten tiefgreifend verändert hat. Das gilt vor allem für die ans Internet gewöhnte jüngere Generation.

Ich bin allerdings so optimistisch zu behaupten, dass die Frage „Verdrängt das Internet die Zeitung?“ mit einem klaren „Nein!“ beantwortet werden kann. Forschungsergebnisse zeigen, dass das Internet weniger als kontinuierliche Informationsquelle genutzt wird. Dagegen wird es in hohem Maß für Kommunikation und individuelle Suchabfragen eingesetzt.

Bundestagspräsident Norbert Lammert hat das beim Medienforum NRW in Köln, wie ich meine, zu Recht auf die Formel gebracht: „Der typische Internetnutzer fragt Sachverhalte nach, an denen er ein ausdrückliches Interesse hat. Der tägliche Nutzer einer Tageszeitung reklamiert kein spezifisches Informationsbedürfnis, sondern erwartet ein Informationsangebot.“

Das Problem dabei: Vielen jungen Leuten reicht die Information, die sie über diese selektive Suche erhalten, vollkommen aus. Und genau das ist die große Herausforderung für die Verlage.

Sie, diese freien Medien sind der Kitt der Bürgergesellschaft. Sie sind allerdings nicht der gesellschaftliche Reparaturbetrieb, der das wieder ins Lot bringt, was in Politik und Gesellschaft schiefgegangen ist. Das wäre ein gravierendes Missverständnis. Doch unsere Medien müssen sich schon selbstkritisch fragen, ob sie immer ihre Stärken ausgespielt haben oder ob sie sich dem Hang zum Infotainment, zur vordergründigen Personalisierung und auch zur Trivialisierung der Politik angeschlossen haben.

Damit wir uns recht verstehen: Unterhaltung muss – auch - sein. Das erwarten die Leser, Hörer, Zuschauer heute von den Medien mehr noch als früher. Dabei darf es jedoch nicht zu einer Verdrängung des Analytisch-Politischen zugunsten des Schnellen und Unterhaltsamen kommen. Diesen Trend finden wir leider in den elektronischen Medien wie auch in unseren Blättern. Aber: Je mehr Geschwindigkeit, desto eher droht Qualität verloren zu gehen.

Wenn Bundestagspräsident Lammert sagt, er habe den Eindruck, dass in den Redaktionen die Onlinenachrichten immer mehr den Zeitungsauftritt bestimmen, dann ist das sicherlich eine überspitzte Aussage. Aber sie ist gleichwohl bedenkenswert. Das Internet ist vor allem ein schnelles Medium. Das Plakative, die Schlagzeile gewinnt in ihm meist Vorrang vor dem Hintergründigen, Schnelligkeit ist oft wichtiger als Sorgfalt. Wenn Redaktionen nicht aufpassen und ihren Internetauftritt nicht eindeutig von ihrem Zeitungsauftritt unterscheiden, beschädigen sie damit leicht ihr Print-Produkt.

Es wäre spannend zu erfahren, was Theodor Wolff, der legendäre Chefredakteur des „Berliner Tageblatts“, zu den Veränderungen im Journalismus sagen würde. Der geniale Leitartikler Wolff hat sich generell sehr sparsam zu Fragen des Metiers geäußert. Was Verleger und Redakteure auf jeden Fall von ihm lernen können, ist Haltung, Widerständigkeit gegen unreflektierte Anpassung an das,

was gerade „in“ ist. Ein bequemer Mann war Theodor Wolff nie.

Die Berufung auf den Namensgeber dieses Preises bedeutet dabei nicht, dass Zeitungsunternehmen auf Experimente und Innovationen verzichten sollen. Ganz im Gegenteil. Sie haben beides zu tun: die Zeitung zu stärken und gleichzeitig Neues zu erproben. Auch dabei zeigt sich wieder: Qualität gibt es nicht zum Nulltarif. Unsere Verlage müssen in Qualität investieren, unser Markenkern sind die guten, kritischen, gründlich recherchierten Inhalte.

Ich bin mir sicher, dass sich guter Journalismus, der sich scharf abgrenzt von Werbung und PR, auf Dauer auch ökonomisch rechnet. Aber das Problem ist, dass er sich nicht sofort in Bilanzen darstellen, am Gewinn, an der schnellen Rendite messen lässt. Er verlangt einen „langen Atem“, verlangt publizistische Leistung und unternehmerische Kreativität. Gerade in der augenblicklichen Wirtschafts- und Finanzkrise.

Diese Krise darf nicht zum Vorwand genommen werden, Redaktionen auszudünnen oder journalistische Aufgaben zunehmend auszulagern. Vor allem für publizistische Kernbereiche verbietet sich meines Erachtens ein Outsourcing, will man nicht das Vertrauen des Lesers in „seine“ Zeitung zerstören.

Ich weiß, dass ich mit dieser Aussage sehr puristisch, um nicht zu sagen fundamentalistisch bin. Jedoch gerade in den vergangenen Wochen und Monaten habe ich aus eigener Erfahrung erlebt, dass die gründliche Recherche einer motivierten Redaktionsmannschaft journalistische Glanzstücke hervorbringt, welche vom Leser eindeutig honoriert werden

Ich sehe aber auch mit Genugtuung, dass dieser Trend zur Stärkung der hauseigenen Recherchekompetenz zunehmend in einer Reihe von Redaktionen Platz findet. Das ist innovativ und mitten in der Krise eine gute Nachricht. Kostet doch investigativer Journalismus Geld. Es ist gut angelegtes Geld. Und es wird nicht ohne Umschichtungen in den Redaktionsetats abgehen.

Investigativer Journalismus bedeutet ja nicht, dass man – weil es wenig kostet und bequem ist – atemlos im Internet surft und aus nicht immer verifizierbaren Quellen schöpft. Man muss schon nach „draußen“ gehen und unabhängig von den Wasserträgern der Mächtigen aus Politik, Wirtschaft und Geistesleben Informationen aus erster Hand sammeln, Zeit und Geduld aufwenden. Aus Redaktionsroutine entstehen keine Beiträge, die über den Tag hinaus wirken.

Sie, meine sehr geehrten Preisträgerinnen und Preisträger, haben die „Mühe der Ebene“ auf sich genommen. Ihre Texte sind originelle, tiefschürfende, aus dem Rahmen des Üblichen herausfallende Arbeiten. Ich beglückwünsche Sie dazu herzlich im Namen von Kuratorium und Jury des Theodor-Wolff-Preises. Ich danke Ihnen! Und lassen Sie mich in diesen Dank die Damen und Herren der Verlage einbeziehen, die diese herausragenden journalistischen Leistungen mit ermöglicht haben. Sie widerlegen ein wenig den gern erhobenen Vorwurf, die Ökonomie, die unsere ganze Gesellschaft im Griff habe, dominiere auch den Journalismus und grabe ihm das Wasser ab.