

Argumente gegen die freiwillige Selbstaufgabe des Journalismus und die empfohlene Kapitulation vor der „PR-Falle“.

Journalismus ist mehr als die Kommentierung von Marketing

Naivität, Leichtsinn und Realitätsferne wirft uns die V.i.S.d.P-Redaktion in einem „offenen Brief“ vor; der Medienkodex von nr hat die Mitarbeiter im Pr-fernen Helios-Konzern offenbar so elektrisiert, dass nur noch die Flucht in den Pop-Journalismus bleibt. An einer vernünftigen, mit Argumenten unterlegten Debatte besteht offenbar kein Interesse. Das macht mir Kummer, zumal V.i.S.d.P. sich doch sicher nicht als PR-Blatt der PR-Branche versteht, sondern als seriöses Fachmagazin.

V.i.S.d.P., Gala-gestählt und offenbar noch berauscht vom PR-freien „Goldenen Prometheus“, macht es sich zu leicht, Kritikern nur „Leichtsinn“ und „Naivität“ zu attestieren. Vollkommen frei von Selbstzweifeln erklärt die Redaktion den gesamten Journalismus als Teil der PR. Die Kernthese: „Journalisten machen pausenlos PR“ soll bequem und vorschnell alle bestehenden Unterschiede zwischen journalistischem Auftrag und PR-Interessen einebnen. Mit vier Worten will Schumachers Redaktion vierzig Jahre wissenschaftliche Forschung zu den Unterschieden von unabhängigem Journalismus und interessengeleiteter PR mit ein paar Gedankenblitzen auslöschen.

In der Aufzählung der Beispiele liefert V.i.S.d.P. dann aber ausgerechnet und offenbar unfreiwillig die Begründung für die Medienkodex-Forderung: „Journalisten machen keine PR.“ Gerade weil es die von Schumacher und Co skizzierten Fallbeispiele gibt, weil die PR-Industrie immer professioneller und geschickter agiert und weil Journalisten immer ahnungsloser und selbstverständlicher auf PR-Aktivitäten hereinfallen, plädieren wir für eine intensive Debatte über die Folgen der beschriebenen Verschmelzung von Journalismus und PR. Das ist kein Leichtsinn. Das ist Prävention, die eigentlich auch eine journalistische Fachzeitschrift unterstützen müsste.

Darin liegt der wesentliche Unterschied der Positionen: Bei V.i.S.d.P fließt alles zusammen. Wir wollen dagegen klare Trennungslinien zwischen unabhängigen Journalismus und interessengeleiteter PR. Zwei Welten, zwei Professionen, zwei völlig unterschiedliche Aufgaben im Mediensystem. Diese Unterschiede kann nicht einmal V.i.S.d.P. wegschreiben.

Doch beim Medienkodex geht es um mehr als nur um die Abgrenzung von PR:

Wir antworten auf drei Trends: erstens auf die zunehmende Beschleunigung im Medienbetrieb; zweitens auf den weitgehenden Verzicht eigenständiger Recherche zugunsten von Zulieferungen Dritter, etwa der PR-Industrie. Und drittens: wir fordern eine Renaissance ethischer Debatten in den Redaktionen. Diese wichtigen internen Diskussionen sind leider die Ausnahme. In diesen Debatten ist zu klären, ob Journalismus mehr ist als die Kommentierung von Marketing. Wir wollen Diskussionen über Prinzipien des Journalismus anregen und anders als Schumachers V.i.S.d.P. nicht das hohe Lied des „anything goes“ mitsingen.

V.i.S.d.P. behauptet, dass „im seit 30 Jahren geltenden Kodex des Presserates alles Wesentliche niedergelegt ist“. Leider irrt die Redaktion hier; auch Leitartikler müssen mal das Kleingedruckte und die Praxis des Verleger-dominierten Presserates studieren. Ein Blick in den vollständigen Pressekodex erleichtert auch hier die Urteilskraft. Hilfsweise reicht auch das Studium einschlägiger Analysen etwa auf der Medienseite der FAZ-Sonntagszeitung. Der Kodex des Presserates richtet sich ausschließlich an die Print-Medien, wie der Name schon sagt. Er ist nicht mehr auf der Höhe der Zeit und versucht insgesamt Konflikte in den Medien im Interesse der Verleger einzuhegen. Die Verleger finanzieren den Presserat im Kern, schicken ihr Spitzenpersonal in die geheimen Sitzungen und geben den Ton an. Pointiert: Im Presserat ist klar, wer Koch ist und wer Kellner. Der Medienkodex ist aus der Perspektive von Journalisten aller Medien – ob fest oder frei – formuliert und stellt Forderungen an die Verantwortlichen in den Verlagen und Sendern (vgl. Ziffer 10). Der Medienkodex ist ein Angebot für alle Journalisten in allen Medien. Wir grenzen uns konsequent von der interessengeleiteten, den Journalismus langfristig bedrohenden PR-Industrie ab. Der Presserat sieht keinen grundlegenden Unterschied zwischen klassischem Journalismus und PR, wie die erste Stellungnahme des Gremiums zum Medienkodex belegt. Für uns gibt es – anders als im Pressekodex – keine Kompromisse beim Informantenschutz. Auch nicht im Kleingedruckten. Wir fordern „Sicherheit vor Schnelligkeit“ und halten eine ständige Weiterbildung von Journalisten für unverzichtbar.

Und schließlich: Wir nehmen Verleger und Programm-Verantwortliche in die Pflicht, unabhängigen Journalismus auch in der beruflichen Praxis zu garantieren.

Was kann man nun aber aus dem glühenden V.i.S.d.P.-Plädoyer für den Abschied vom Journalismus in Richtung PR lernen?

Die Ausführungen und Attacken zeigen doch nur, wie weit die PR bereits in den klassischen Journalismus

eingedrungen ist. Wir gehen von der puren Selbstverständlichkeit aus, dass es sich beim Journalismus und der PR-Industrie um zwei getrennte Welten handelt, mit grundlegend unterschiedlichen Aufgaben. Journalisten haben die Aufgabe, frei von Interessen und unabhängig über Sachverhalte und Ereignisse zu berichten, mehrere Quellen zu nutzen, abzuwägen, zu prüfen und zu einem eigenständigen Urteil zu kommen. PR ist dagegen immer interessengeleitet und auftragsorientiert. Es geht um bestellte Wahrheiten, um die Kommunikation von Wettbewerbsvorteilen, um gezieltes Auslassen von Fakten, die nicht ins Bild passen. PR kommuniziert die Ziele des Absenders, der für die eigennütigen Botschaften bezahlt. Unabhängiger Journalismus prüft das ganze Bild und bemüht sich umfassend, seriös und möglichst vollständig zu berichten.

Eigentlich ist dies eine Banalität. Der Skandal ist, dass diese Essentials offenbar auch bei V.i.S.d.P. und im Presserat in Vergessenheit geraten sind. Für die Medienkodex-Kritiker ist Journalismus offenbar längst mit PR verschmolzen. Diesen Trend wollen wir stoppen. Wir wollen eine Rückkehr zur Normalität, das heißt eine strikte Trennung von zwei Berufswelten. Journalismus und PR haben verschiedene Aufgaben und Anforderungen. An diese Selbstverständlichkeit und weitere wichtige Standards wollen wir mit dem Medienkodex erinnern. Wir plädieren für klar getrennte, aber selbstverständlich legitime Berufswelten.

PR ist ein eigener Beruf, der mit unabhängigen Journalismus nichts zu tun hat.

Im Übrigen sehen das die meisten Profis unter den Pressesprechern und den PR-Mitarbeitern genauso. Auf zahlreichen Fachtagungen und in Publikationen plädieren auch sie für eine klare Trennung der unterschiedlichen Berufe.

Wir wollen einen lebendigen Diskurs, mit Pro- und Contra-Argumenten. Wir setzen auf Lernprozesse und eine intensive Reflexion von Journalisten über ihre Berufsrolle und ihre journalistische Identität. Über solche Fragen hat der Presserat nicht einmal hinter seinen von der Öffentlichkeit abgeschotteten Räumen nachgedacht. Tatsache ist, dass der Presserat zu den zentralen Konflikten und bedrohlichen Tendenzen im Journalismus schweigt. Deshalb der Medienkodex.

Bildblog.de bewirkt beispielsweise wesentlich mehr gegen die Auswüchse des Boulevardjournalismus als ein lammfrommer Presserat, der sich mit den Top-Juristen von Springer nicht anlegen möchte.

Uns geht es nicht um Anweisungen, sondern um konstruktive Debatten über die Aufgaben des Offenen Journalismus und seine Feinde. „Journalisten machen keine PR.“ V.i.S.d.P. behauptet: Der Satz ist „in vielerlei Hinsicht falsch“. Da hinkt das „Magazin für Medienmacher“ leider hinter den Erkenntnissen vieler PR-Profis her. Zumindest das müsste die V.i.S.d.P.-Redaktion nachdenklich machen.

Dr. Thomas Leif
Vorsitzender netzwerk recherche

P.S. Während der Jahrestagung von nr am 20.5.2006 in Hamburg bieten wir ein großes Forum zur Debatte über den Medienkodex an. Alle sind herzlich eingeladen.

Netzwerk Recherche

Der Medienkodex

Präambel: Neue Technologien und zunehmender ökonomischer Druck gefährden den Journalismus. Um seine Qualität und Unabhängigkeit zu sichern, setzt sich das Netzwerk Recherche für dieses Leitbild ein.

1. Journalisten* berichten unabhängig, sorgfältig, umfassend und wahrhaftig. Sie achten die Menschenwürde und Persönlichkeitsrechte.
2. Journalisten recherchieren, gewichten und veröffentlichen nach dem Grundsatz „Sicherheit vor Schnelligkeit“.
3. Journalisten garantieren uneingeschränkten Informantenschutz als Voraussetzung für eine seriöse Berichterstattung.
4. Journalisten garantieren handwerklich saubere und ausführliche Recherche aller zur Verfügung stehenden Quellen.
5. Journalisten machen keine PR.
6. Journalisten verzichten auf jegliche Vorteilsannahme und Vergünstigung.
7. Journalisten unterscheiden erkennbar zwischen Fakten und Meinungen.
8. Journalisten verpflichten sich zur sorgfältigen Kontrolle ihrer Arbeit und, wenn nötig, umgehend zur Korrektur.
9. Journalisten ermöglichen und nutzen Fortbildung zur Qualitätsverbesserung ihrer Arbeit.
10. Journalisten erwarten bei der Umsetzung dieses Leitbildes die Unterstützung der in den Medienunternehmen Verantwortlichen. Wichtige Funktionen haben dabei Redaktions- und Beschwerdeausschüsse sowie Ombudsstellen und eine kritische Medienberichterstattung.

* Es sind stets beide Geschlechter gemeint.

