

Rede von Gabor Steingart, Herausgeber Handelsblatt,

anlässlich der w&v-Veranstaltung „Future Summit 2013: Innovation, Wirkung, Nachhaltigkeit“ in München am 14.11.2013

Die Leser-Revolution – und warum wir sie unterstützen sollten.

Guten Abend meine Damen und Herren!

Das Internet ist die großartigste Erfindung seit es Sündenböcke gibt. Fallende Auflagen von Zeitungen und Zeitschriften gelten nicht länger als Ausweis geschrumpfter journalistischer Attraktivität, sondern werden als Ergebnis einer technologischen Großrevolution gedeutet. In dem Vorgang liegt eine bisher unterschätzte Magie der Globalisierung: Selbst die Gründe für das eigene Leiden lassen sich in Echtzeit exportieren, in unserem Fall ins Silicon Valley.

Der Springer-Konzern hat im Siedlungsgebiet des Gegners eigens eine Forschungsstation eingerichtet, um uns über dessen Wanderungsbewegungen aufzuklären. Jede Depesche von dort wird von den Daheimgebliebenen als Persilschein gelesen. Wir sind unschuldig! Google war's!

Dabei ist für die Selbsterkenntnis der Handspiegel deutlich hilfreicher als das Fernrohr. Schon Friedrich Schiller empfahl uns: „Willst Du dich selbst erkennen, so sieh, wie die anderen es treiben. Willst Du die anderen erkennen, blick in dein eigenes Herz.“

Dort drinnen also, tief im Innersten unseres Gewerbes, verstummen die technologischen Nebengeräusche. Wer erkenntniswillig ist, erkennt hier, dass das Verhältnis zu den Lesern gespannt ist.

Der Grund: Die Journalisten sind ganz die alten geblieben. Unsere Leser nicht. Es findet täglich ein lautloser Aufstand der Mündigen, der Selbstbewussten, der Aufgeklärten statt, die den medialen Frontalunterricht – die Redaktion belehrt, der Leser lauscht andächtig – als unzeitgemäß

und auch als undemokratisch ablehnen. Wir leben größtenteils noch in der alten Welt, derweil sich unsere Leser auf fröhlicher Überfahrt in die neue Welt befinden. Es sind vor allem sieben Versäumnisse, die wir uns vorhalten lassen müssen. Ich benutzte bewusst die Form des „wir“ und damit der Selbstbeziehung; ich tue es mit dem Hintergedanken, so die Bekömmlichkeit des Gesagten zu erhöhen und die Abstoßungsreaktionen innerhalb unserer Zunft zu reduzieren.

1. Wir sind zu eintönig geworden. Die Methoden der publizistischen Telepathie – einer erfühlt, was der andere nicht denkt – erzeugen jenes Einheitsmaß der Inhalte, das selbst dem flüchtigen Leser wie eine innere Gleichschaltung erscheinen muss. Die Frontseite einer beliebigen Zeitung erscheint als das Derivat einer anderen, notdürftig getarnt durch unterschiedliche Schrifttypen und Bildgrößen. Wenn wir die deutsche Pressekultur unserer Tage in den Kategorien der Landwirtschaft zu erfassen hätten, müssten wir von Monokultur sprechen.

Dieses Gleichmaß – und hier erfährt die Problematik ihre fatale Verschärfung – bildet den Gegenpol zu einer Gesellschaft, die sich in einem Prozess der Selbstbefreiung befindet, verharmlosend auch als Individualisierung oder Atomisierung beschrieben. In der wirklichen Wirklichkeit erleben wir eine Explosion der Lebensstile, der Denk- und Fühlweisen, derweil der gedruckte Journalismus uns als publizistischer Großgrundbesitzer gegenübertritt. Das Meer der Möglichkeiten findet in ihm keine ausreichende Entsprechung.

Die verwirrende Einheitlichkeit wurzelt auch in unserer Biologie. Die journalistischen Führungskader entspringen einer Alterskohorte, teilen in aller Regel Geschlecht, Religion, Hautfarbe und auch ihre Lieblingslokale. Wir haben dieselben Journalistenschulen besucht, lachen über dieselben Witze, verehren dieselben Helden, sind in der Lage kollektiv zu hassen (Ronald Reagan, den Kapitalismus, alle Geheimdienste) und haben die meisten Irrtümer der vergangenen Jahrzehnte gemeinsam begangen.

Alle deutschen Vergangenheiten wurden mittlerweile aufgearbeitet, unsere eigene nie. Sollte ein Belletrist auf die subversive Idee kommen, die bundesdeutsche Wirklichkeit der 70er-, 80er- und 90er-Jahre im 20.

Jahrhunderts einzig anhand der Zeitungsarchive zu erzählen, würde sein Held durch entlaubte Wälder wandern, im biologisch umgekippten Rhein schwimmen; wäre Zeitzeuge einer sich epidemisch ausgebreiteten Armut und im Kanzleramt hauste 16 lange Jahre ein ausgemachter Tölpel, den man verächtlich „Birne“ nannte.

2. Wir betreiben zuweilen Desinformation durch Information. Mit exzessiver Detailfreudigkeit werden Banalitäten und Beiläufigkeiten vor dem Publikum ausgebreitet, bis auch die letzten Petitessen – die privat genutzte Bundestagsbahnfahrkarte des Kanzlerkandidaten, das Bobbycar des Präsidentenpaares, eine Thekenplauderei des FDP-Fraktionsvorsitzenden, die sexuellen Frühphantasien des Daniel Cohn-Bendit – zur Staatsaffäre aufsteigen, um binnen kürzester Zeit im medialen Nichts zu verglühen. Die Erregungsschübe, die wir dem Zeitungskäufer auf diese Art zumuten, enden in aller Regel mit einem Kaufkater. Der aufgeklärte Leser ist zu klug, diese mediale Empörungsmaschine nicht zu durchschauen.

Nun dürfen wir unserem Berufsstand nicht das Fehldrucken und Recht haben vorwerfen. Das ist berufsnotorisch. Aber was wir uns vorwerfen müssen, ist die Tatsache, dass alle immer den gleichen Fehler sehen und offenbar nur im Kollektiv Recht haben können.

Das Meutehafte des Auftretens und die Wiederholung des bereits Wiederholten wirkt wirklichkeitsverändernd. Nicht selten werden die Überbringer der Botschaft zu ihrem Erzeuger. Plötzlich sieht das Feriendomizil des Carsten Maschmeyer aus wie das Watergate-Hotel in Washington. Und weil gerade kein Bösewicht vom Schlage eines Richard Nixon zur Stelle ist, muss Präsidentendarsteller Christian Wulff zurücktreten. Die Mücke hat als Elefant ihren Auftritt.

3. Wir haben uns mit der Politik gemein gemacht. Nicht wenige politische Redakteure pilgern zu den Flachbauten der Parteipolitik als handele es sich um Kathedralen. Man sieht sich in einer Bedeutungscoalition mit den Parteigrößen. Deren Niedergang wird als der eigene erlebt – und deshalb weich gezeichnet. Es kam zu einer Synchronisierung der Interessen.

„Jeder Bundeskanzler besitzt in der Bundespressekonferenz eine absolute Mehrheit“, hat der langjährige und soeben verstorbene Spiegel-Reporter Jürgen Leinemann den Opportunismusverdacht zusammengefasst.

Die Leser sind realistischer in der Beurteilung der Vitalitätsreserven des politischen Systems, weshalb sie die Vereine der organisierten Intrige weiträumig meiden. Bei der letzten Bundestagswahl gab es mehr Nichtwähler als Merkel-Wähler. Wenn die Mitgliederentwicklung der SPD linear weiterverläuft, macht im Jahr 2050 der dann 91-jährige Sigmar Gabriel das Licht aus. Willy Brandt konnte bei seiner Wahl zum Regierenden Bürgermeister Berlins eine Mehrheit aller wahlberechtigten Bürger von sich überzeugen. Klaus Wowereit wurde nur noch von 17 Prozent der Berlinerinnen und Berliner gewählt.

Diese Legitimationsverluste sind das weithin unverstandene Phänomen unserer Zeit. Der Anstieg der Nicht-Wähler wird als Ausdruck von kollektiver Faulheit und Verblödung interpretiert, nicht als Ausdruck einer von Bürgern als dysfunktional empfundenen politischen Führung, der man zugleich alles und nichts zutraut. Wer diese Wahlenthaltung – die beim Verfassungskonvent in Herrenchiemsee ausdrücklich und anders als in der DDR (Wahlpflicht!) in unserer Verfassung festgeschrieben wurde – als „antidemokratisch“ wegstempeln will und gemeinsam mit den Parteifunktionären zu deren Wiederwahl aufruft, versucht die Leser zu belehren und zu bevormunden.

Erfolgversprechend ist dieser Versuch schon deshalb nicht, weil der Leser hier nun wirklich mitreden kann. Er kennt schließlich seine Motive. Der Nicht-Wähler und der Noch-Wähler sind nahe Verwandte. Sie wollen nicht mit wichtigtuersischer Chefredakteursmine (Demokratie in Gefahr!) vor sich selbst gewarnt werden. Sie wollen einen Journalismus, der den Unterschied zwischen Partei und Politik versteht, der mit ihnen für demokratische Erneuerung streitet, der die Herolde der Parteipolitik in die Schranken weist und sie nicht allmorgendlich nur aus Routine auf die Titelseite wuchtet. Womöglich sind abnehmende Wahlbeteiligung und schrumpfende Leserschaft sogar zwei Phänomene, die zusammen gedacht werden müssen.

4. Wir sind nicht ausreichend transparent. Der Herstellungsprozess von Fischstäbchen und Gummibärchen ist – dank strenger Lebensmittelgesetze – mittlerweile deutlich durchsichtiger als die Entstehung journalistischer Produkte. Von jeder Garnele kennen wir Eiweißgehalt, Aufzuchtbedingungen und Haltbarkeit. Von der Ware Information oft nicht mal den Herkunftsort.

Wir lassen den Leser eher im Dunkeln tappen als ihm von jenen Hintergrundkreisen zu berichten, die sich „Gelbe Karte“, „Pizza Connection“ oder „Lila Runde“ nennen. Politiker aller Stämme verteilen hier ihre Giftpfeile für den Konkurrenten, gern auch den innerparteilichen. Und wir? Betätigen brav den Flitzebogen.

Der Regierungsflieger ist in Deutschland ein verschwiegener Ort der Kumpanei zwischen Kabinettsmitgliedern und Hauptstadtjournalisten. Der Leser ist weit weg. Alles was hier beredet wird, darf nur anonym zitiert werden. Die Kanzlerin injiziert hier jene Botschaften, die nicht als ihre erkennbar sein dürfen: Aus Regierungskreisen verlautet.

In der Air Force One gelten andere Regeln. Die kleine Gruppe der mitreisenden Journalisten muss jedes Präsidentenwort direkt nach der Landung an den Corps der Weiße-Haus-Korrespondenten per E-Mail rapportieren, sprachliche Unebenheiten, Nebenbemerkungen und Albernheiten inklusive. Alle Zitate sind frei zur Veröffentlichung. Der Grundgedanke ist der: Regierungsoberhaupt und Journalisten sind dem Bürger verpflichtet. Es gibt keine vertrauliche Beziehung, auch nicht die zwischen Macht und Medien, die sich dazwischen schieben darf.

5. Das Wort „interaktiv“ wird von vielen Journalisten mit lästig übersetzt. Zeitungen sind oft nicht überall Wirtshäuser der Begegnung, sondern Orte der Verkündung. Hier tritt uns der Redakteur als Erleuchteter entgegen.

Die belegbare Tatsache, dass der heutige Leser einer Tageszeitung in Bildung, Einkommen und Lebenserfahrung dem Redakteur zumeist ebenbürtig ist, ist im Redaktionsalltag bisher nicht angekommen. Der oft ideenreiche und nicht selten sprachgewitzte Leser fristet – wie im ersten Jahr des Zeitungsdrucks – sein Dasein im Gefängnis der Leserbriefspalten. Die Regierung kann man abwählen, in den Betrieben regieren die

Betriebsräte mit, in den Familien wurde der patriarchalische Status des „Familienoberhaupts“ hinweggefegt, nur in den Presseorganen herrscht der reinste Feudalismus. „Hier endet die Demokratie“ – diesen Satz hatte Karl Marx in seiner Zeit als Chefredakteur der Rheinischen Zeitung an seine Tür geheftet. Dort hängt er noch immer.

6. Unsere Wirtschafts-Berichterstattung ist oft nicht auf der Höhe der Probleme. Die Staatsschuldenkrise – die die gesamte westliche Welt erfasst hat – wird hierzulande auf eine Euro-Krise oder gar auf eine Griechenlandkrise verkürzt. Damit werden die Vorgänge ihrer eigentlichen Urheber entledigt. Die Staaten waren es, zwar jeder in seiner Währung, Dollar, Yen, Pfund und Euro, die Zahlungsverpflichtungen eingegangen sind, die sie heute nur mit Mühe bedienen können. Wohlstand wurde in hohen Dosen an den Finanzmärkten dazugekauft. Mit dem Ausbruch der Krise – vor fünf Jahren brach das Investmenthaus Lehman Brothers zusammen – nicht entschärft, sondern potenziert. Ein Feuer wird mit Benzin gelöscht oder in Zahlen ausgedrückt: Die Staatsverschulung der restlichen Welt stieg von 35 Billionen Dollar um 80 Prozent auf nunmehr fast 60 Billionen US-Dollar. Und Deutschland? Mittendrin im Schlamassel, profitierend von Reformen die weit vor Angela Merkel beschlossen wurden. Der ehemalige Wirtschaftsweisen Bert Rürup sagt: Die Politik verhält sich wie ein Fahrradfahrer, der nach hoher Beschleunigung aufgehört hat zu strampeln. Das Rad rollt noch, aber nicht mehr lange. Die Sparer in Deutschland, die zugleich unsere Leserinnen und Leser sind, tragen die Hauptlast dieser Politik. Die niedrigen Zinsen sind ein Paradies für Schuldner, aber die Hölle für jeden Sparer, denn seine Vermögenswerte werden aufgefressen. Diese Sachverhalte werden nicht mit der nötigen Klarheit und Präzision ausgebreitet. Der Leser kennt nicht alle Details, aber er spürt, dass um ihn herum eine virtuelle Wirklichkeit aufgebaut wird.

7. Wir haben uns unterwerfen lassen. Ein entkräfteter Journalismus hat vielerorts zugelassen, dass die Kaste der Kaufleute das Kommando übernahm. Es kam zu einer Verschiebung in der inneren Machtarchitektur der Verlage. Seither begegnet uns der Bock in der Schürze des Gärtners.

Dabei sind es die Traditionstruppen des Verlagswesens, die auf der Wegstrecke zwischen „museal“ und „modern“ in den Stau geraten sind. Schon die Verkaufsstätten, die sie mit routinierter Gleichgültigkeit bestücken – der Kiosk, die Trinkhalle, das Büdchen – sind Orte klebriger Nostalgie, nicht des Aufbruchs. Vorne lockt den schlaunen Kopf die FAZ, hinten stinkt das Urinal.

Im Internet haben diese Zahlenmenschen ihr Waterloo erlebt. Mit dem Verschenken unserer Analysen, Reportagen und Kommentare begingen sie einen Jahrhundertfehler, mit dem bedauerlichen Unterschied, dass ihre Niederlage nicht in der Einsamkeit von Korsika endete, sondern auf den Chefsesseln vieler Verlage. Wenn Starbucks, Langnese oder Becks Bier eine ähnliche Strategie verfolgt hätten – zehn Jahre bekommt jeder Deutsche Kaffee, Eiscreme und Bier umsonst nach Hause geliefert – lägen diese Unternehmungen längst auf dem Friedhof der gescheiterten Geschäftsmodelle. Es grenzt an ein Wunder, dass wir Journalisten das Jahrzehnt der verlegerischen Verirrung überlebt haben.

Tucholskys Diktum „Umwege erhöhen die Ortskenntnis“ scheint auf die Controller nicht zu passen. Sie hoffen mit der Zusammenlegung von Redaktionen den Schaden wieder ausbügeln zu können, den sie angerichtet haben. Sie sehen nicht, dass Uniformität und Austauschbarkeit der Zeitung dadurch befördert werden. Sie fühlen nicht, dass sie einer Redaktion bei laufendem Betrieb so die Seele herausreißen. Aus Angst vor ihrem Tod bereiten sie unseren Selbstmord vor.

Das Tröstliche: Die Zustände, an denen wir leiden, können wir selbst beseitigen. Kein Gott und kein Google müssen uns erlösen. Die Glut glüht noch, sie muss nur neu entfacht werden. Die preisgekrönten Reporter, die politisch unkorrekten Kolumnisten und die von Hause aus widerspenstigen Feuilletonisten wissen, wie lebendiger Journalismus aussieht: unterscheidbar und unformatiert, Streitbar und tief, experimentell und elementar, den Leser liebend, den Mächtigen auf Abstand haltend, unabhängig – auch gegenüber den Kollegen anderer Blätter, lauter im Umgang mit Fehlern, auch den eigenen.

Wir müssen nur diese elendige Selbstunterforderung beenden. Weinerlichkeit ist ein für Journalisten unzulässiger Aggregatzustand. Wir brauchen in den Redaktionen nicht Synergie, sondern Reibung. Die Demuthaltung gegenüber den Mächtigen gehört verboten. Und unsere Zeitun-

gen und Zeitschriften sollten wir nicht länger als Unterabteilung der Holzindustrie definieren, sondern als Gemeinschaft zur Verbreitung der Aufklärung. Die Auflage ist ein Messinstrument, nicht Betriebszweck. Und wenn unsere Texte morgen per Laserstrahl ihre Verbreitung finden, soll es uns auch Recht sein. Mick Jagger hat im Übergang von Schallplatte zu CD und i-Tunes-Store keinen einzigen Tag lamentiert, sondern weitergesungen. Sympathy for the devil.

Also: Der Kampf um den Leser und die Leserin wird mit geschärftem Verstand und gespitzter Feder gewonnen, nicht mit dem Rechenschieber und dem Trauerkloß im Hals. Wenn wir eine Koalition schmieden wollen, dann die mit unseren aufmüpfigen und engagierten Leserinnen und Lesern. Ihr Aufbegehren ist unser Weckruf. In diesen Sinne: Es lebe die Revolution!

Ich danke Ihnen fürs Zuhören!