

DIPLOMFEIER 2. APRIL 2009 Rede Patrick Müller

Wie Lange Gibt es noch Journalismus?

Liebe Journalistinnen und Journalisten, sehr geehrte Damen und Herren

Wenn ich Ihnen heute Abend sage: "Herzliche Gratulation zum Diplom - Sie haben einen Beruf mit Zukunft gewählt!"

Halten Sie dann diese Aussage

- a) für ehrlich
- b) für höflich
- c) für naiv
- d) für zynisch?

Was meinen Sie?

Und - Zusatzfrage: Wäre Ihre Antwort gleich ausgefallen, wenn ich Ihnen dieselbe Frage vor zwei Jahren gestellt hätte, als Sie den Diplomlehrgang hier in Luzern begonnen haben?

Nun, es IST ehrlich gemeint - nicht nur die Gratulation. Ich bin voll und ganz davon überzeugt, dass Sie einen Beruf mit Zukunft gewählt haben - ganz einfach deshalb, weil der JOURNALISMUS eine Zukunft hat. Guter Journalismus wird IMMER gefragt sein, und damit auch gute Journalistinnen und Journalisten.

Diese banale Aussage hat zurzeit schon fast etwas Rebellisches. Unsere Branche redet sich kaputt, Verlagsmanager malen die Zukunft in den dunkelsten Farben - dieselben Manager, die sonst den Redaktionen sagen: "Schreibt nicht immer so negativ über die Wirtschaft", die überbieten sich nun im Heraufbeschwören des medialen Weltuntergangs. Und dann erwarten sie gleichzeitig, dass die Leute an die Kioske strömen und ihre Zeitungen und Zeitschriften kaufen!

Natürlich gehen die Inserateinnahmen der Zeitungen in der Rezession stark zurück - so stark wie nach dem 11. September 2001, damals gingen sie dann aber auch relativ bald wieder hoch. Natürlich leiden Printmedien unter dem Internet. Und natürlich werden nicht alle Zeitungen überleben, und selbst einige der grossen Zeitungen müssen ihren Umfang reduzieren - etwa der Tages-Anzeiger, der von einer 6-Bund- zu einer 4-Bund-Zeitung wird, wie wir vorgestern erfahren haben.

Das ist die eine Seite. Die andere Seite ist: Wenn Sie die neuen Leserzahlen der WEMF anschauen, stellen Sie fest, dass - wenn man die Gratiszeitungen dazurechnet - noch nie so viel Zeitung gelesen wurde wie jetzt. Ja: Es wurde noch nie so viel auf Papier gelesen wie heute! Und wenn Sie die Gratiszeitungen abziehen, resultiert im letzten Jahr ein erstaunlich geringer Rückgang, dieser Rückgang ist sogar statistisch unerheblich und liegt innerhalb der Fehlerquote.

1990 sagte Bill Gates, in zehn Jahren würde es keine Zeitungen mehr geben. In zehn Jahren - das war im Jahr 2000. Dummerweise war just 2000 das wirtschaftlich erfolgreichste Jahr für die Zeitungsverlage aller Zeiten.

Es ist zu früh, die Totenglocke zu läuten für die Zeitung. Ich bin 34 Jahre alt und habe nochmals so viele Jahre vor mir bis zur Pensionierung. Ich bin überzeugt, dass es auch dann noch die klassische Zeitung auf Papier geben wird - obwohl ich gleichzeitig ein eifriger Benutzer des Internet bin (und mir das Recherchieren ohne Internet kaum mehr vorstellen kann). Ich gehe auch nach wie vor ins Kino, obwohl ich längst einen DVD-Player habe. Und ich treffe mich nach wie vor mit Freunden zum Bier, obwohl ich mich mit denen auch über Facebook austausche.

Betrachten wir die Geschichte der Zeitung, gibt uns das eine gewisse Gelassenheit beim Blick in die Zukunft. Denn Zeitungen waren seit ihrer Gründung IMMER in der Krise.

Die erste Zeitung der Welt erschien im Jahr 1605 in Strassburg, Verleger war Johann Carolus, ein gelernter Buchbinder. Schon zwölf Tage nach der ersten Ausgabe drohte die Einstellung - weil der Inhalt abgekupfert und kopiert wurde. Trotzdem gab es die Zeitung dann noch weitere 80 Jahre lang - erst unter dem Sonnenkönig Louis XIV. verschwand sie.

Fast in jedem Jahrzehnt gab es eine Zeitungskrise. Eine grössere Mitte des 20. Jahrhunderts, als das Fernsehen aufkam. Wer liest noch Zeitung, wenn wir die Nachrichten bequem am Fernsehen schauen können? Nun, die Angst war unbegründet.

Ich erinnere mich an ein Aufsatzthema, das meine Klasse an der Kantonsschule Baden 1992 fasste. Damals hatte das Badener Tagblatt das Aargauer Volksblatt übernommen. Das Aufsatzthema lautete: "Zeitungssterben - das Ende der Meinungsvielfalt."

Ja, es sind Zeitungen gestorben, aber es wurden auch neue geboren - eine davon durfte ich mitaufbauen und leite sie jetzt.

Zeitungen haben Zukunft, der Zeitungsjournalismus hat Zukunft, und folglich hat auch der Beruf des Zeitungsjournalisten Zukunft. Warum?

Das gedruckte Wort hat eine ganz andere Verbindlichkeit als Wörter am Bildschirm. Die Internetausgabe des TA titelte kürzlich: Toni Brunners Identität soll aufgehoben werden. Gemeint war natürlich die Immunität. Einen solchen Fehler in einer Schlagzeile habe ich im gedruckten Tages-Anzeiger noch nie gesehen. Im flüchtigen Medium Internet wird offenbar auch flüchtig gearbeitet.

Eine Zeitung in der Hand zu halten, ist ein sinnliches Erlebnis, das mir das Internet nie wird bieten können - selbst wenn der Bildschirm dereinst dünn wie eine Folie und zusammenklappbar ist. Und vor allem: Die Zeitung bietet mir eine Auswahl in der Nachrichtenflut, die letztlich jeden überfordert; die Zeitung reduziert, sie bietet Orientierungshilfe - das trifft sogar auf Gratiszeitungen zu. Ich ertappe mich beim Zeitunglesen immer wieder dabei, wie ich Texte lese zu Themen, die mich zuvor eigentlich gar nicht interessiert haben. Im Internet suche ich gezielt, in der Zeitung finde ich auch, was ich gar nicht gesucht habe - was mich aber überrascht, bereichert und weiterbringt. Picasso sagte: Ich suche nicht, ich finde. Schöner kann man die Daseinsberechtigung der Zeitung nicht formulieren.

Unser Beruf, liebe Journalistinnen und Journalisten, hat aber nicht nur wegen der Zeitungen Zukunft. Unser Beruf ist seit der ersten Zeitung in Strassburg vor 400 Jahren doch immer spannender geworden! 1920 startete in Pittsburgh (USA) der erste kommerzielle Radiosender. Zehn Jahre später kamen die ersten Fernsehsender auf. Und jetzt profitieren wir zusätzlich vom Internet, das für Journalisten völlig neue und höchst spannende Tätigkeitsfelder eröffnet.

Unser Beruf hat Perspektiven wie nie zuvor - darüber sollten wir uns freuen, statt zu jammern! Sylvia Egli von Matt hat in einem Interview in der Zeitschrift "persönlich" gesagt, Journalisten seien tendenziell konservativ, sie hätten Angst vor Veränderungen - und das MAZ habe Multimedia-Kurse für obligatorisch erklären müssen, damit diese auch tatsächlich besucht würden. Da habe ich schon gestaunt! Dass junge Journalisten so konservativ sind, finde ich schade. Was spricht dagegen, dass

Sie heute beim Radio arbeiten, in drei Jahren bei einem Online-Medium, und in zehn Jahren in den Print wechseln? Das ist doch fantastisch! Wo sonst haben Sie solche Möglichkeiten? Ich habe sechs Jahre als Lehrer gearbeitet, an einer Kantonsschule, und gesehen, wie viele Lehrer darunter leiden, dass sie schon mit 30 wissen, dass sie auch noch mit 60 genau dasselbe tun werden.

Ich bin allerdings ein Gegner des Multijournalisten: Ein Reporter, der für die Zeitung schreibt, gleichzeitig einen Radiobeitrag aufnimmt und dann noch ein Filmchen für das Internet dreht - dieses Modell ist meiner Ansicht nach eine Kopfgeburt von Medienmanagern, die nicht wissen, wie Journalisten arbeiten. Da würde die Qualität leiden. Gleichzeitig geht das nicht, aber nacheinander sehr wohl. Ich rufe also zu Lebensabschnittspartnerschaften auf - und nicht zu Polygamie!

Und ich rufe dazu auf, die neuen Medien als Chance zu sehen und nicht als Bedrohung. Was haben Sie am MAZ gelernt, was können Sie am besten, liebe Absolventinnen und Absolventen? Journalismus. Und Journalismus hat mit Inhalten zu tun! Nicht mit dem Kanal, über den wir diese Inhalte verbreiten. Jeder Kanal hat seine Vor- und Nachteile, ich habe eingangs die Vorzüge der gedruckten Zeitung gepriesen. Aber unser Geschäft, das Geschäft der Journalisten, ist nicht das Bedrucken von Papier. Ist auch nicht das Programmieren einer Internetseite. Es ist das Recherchieren, das Aufspüren von Geschichten, das Erzählen, das Bewerten, das Themensetzen, das Inszenieren von Inhalten! Die Freude an der Sprache, die Suche nach der besten Schlagzeile, dem besten Foto, der eindrucklichsten Dramaturgie. Das ist unser Geschäft, und dieses Geschäft wird von keiner Technologie bedroht, dieses Geschäft ist nicht ersetzbar.

Also, seien Sie nicht ängstlich, sondern selbstbewusst! Wir müssen kämpfen für UNSER Geschäft, egal auf welchem Kanal es läuft - auch dafür, dass im Internet guter Journalismus betrieben wird. Ich halte zum Beispiel Blogs, um welche auch Printmedien einen riesigen Hype machen, nicht für Journalismus. Blogs sind genauso wenig Journalismus wie Leserbriefe in einer Zeitung. Blogs haben ihre Berechtigung, so wie auch ebay und facebook ihre Berechtigung haben. Aber sie sind kein Journalismus, ein einzelner Blog hat in der Regel auch kein grosses Publikum - es gibt so viele, da verzettelt sich die Leserschaft.

Für Journalismus hat es im Internet noch sehr viel Platz - die Frage ist einfach, wie lässt er sich finanzieren. Ich bin sicher, dass er sich dereinst wird finanzieren lassen - fragen Sie mich nicht, wann. Wenn ich das wüsste, wäre ich ein reicher Mann. Aber die Logik ist doch einfach: Für jedes Produkt, für das es ein Bedürfnis gibt, ist der Kunde bereit zu zahlen - sei es direkt oder indirekt, also über Werbung. Warum sollte das bei kompetent aufbereiteten Inhalten im Internet, also beim Online-Journalismus, anders sein?

Ich bin überzeugt, dass das Bedürfnis nach Journalismus noch kaum je so gross war wie heute. Auf allen Kanälen. Wir leben in einer äusserst nachrichtenreichen Zeit, in einer Zeit, in der sich der Mensch erst einmal zurechtfinden muss. Es ist verrückt, was wir auf unserer Redaktion seit der Gründung des "Sonntags" erlebt haben. Wir kamen im September 2007 auf den Markt.

- Im Oktober erzielte die SVP ihren historischen Wahlsieg, zwei Monate später wurde Blocher abgewählt und die SVP spaltete sich.
- Die volkswirtschaftlich vielleicht wichtigste Schweizer Firma, die UBS, schrammte am Kollaps vorbei.
- Die Finanzkrise ist ein Jahrhundertereignis, die derzeitige Rezession die schlimmste seit den Dreissigerjahren.
- Und in Amerika wurde erstmals ein schwarzer Präsident gewählt.

Das alles sind Jahrhundert-Ereignisse, die aber innerhalb weniger Monate geschehen sind. Sie haben Auswirkungen für jeden einzelnen Menschen auch in unserem Land, und sie durchdringen damit auch alle journalistischen Sparten, den Lokaljournalismus eingeschlossen. Diese Dichte von epoche-

len Ereignissen hat einen enormen Verstehens-Hunger bei den Leuten zur Folge. Und wer, wenn nicht wir Journalisten, können diesen Hunger stillen?

Um dazu fähig sein, müssen wir selber viel lesen. DÜRFEN wir selber viel lesen! Das ist ein grossartiges Privileg: Lesen ist Teil unseres Berufes. Nur tun wir es zu wenig. Es gibt Journalisten, die halten die eigene Zeitung für die beste der Welt - weil sie noch nie eine andere gesehen haben. Und es gibt, schlimmer noch, Journalisten, die nicht mal die eigene Zeitung richtig lesen.

Gerade Sie als junge Journalisten sollten süchtig nach Zeitungen sein. Auch nach ausländischen. Wer von Ihnen liest zumindest gelegentlich die "Süddeutsche"? Oder die "Welt am Sonntag"? Oder den "Economist"? Das sollten Sie tun, egal bei welchem Medium und in welchem Ressort Sie arbeiten. Fast jedes Mal, wenn ich mir Zeit nehme, eine dieser Medien zu lesen, gewinne ich eine Erkenntnis.

Auf jeder Redaktion liegen diese Zeitungen herum - lesen Sie sie! Zapfen Sie diese Inspirationsquellen an! Das ist über die Jahre hinweg auch eine unbezahlbare Weiterbildung - und Wissen ist elementar in unserem Beruf, man kann gar nicht genug davon haben. Mit dem MAZ-Abschluss haben Sie den Beweis erbracht, dass Sie bereit sind, in Ihr Wissen zu investieren - dazu gratuliere ich Ihnen. Diese Bereitschaft sollten Sie Ihr Leben lang behalten. Tun Sie das nicht, landen sie früher oder später beim Typus Journalist, wie ihn Schriftsteller Karl Kraus mal beschrieben hat: "Er hat keinen Gedanken, kann ihn aber ausdrücken."

Arbeiten Sie also an sich, damit Sie kluge Gedanken haben und diese ausdrücken können. Dabei ist nicht entscheidend, ob Sie eine Lehre gemacht oder studiert haben. Ich habe auf den Redaktionen der Aargauer Zeitung, der SonntagsZeitung und des SonntagsBlicks gearbeitet und keine Korrelation festgestellt zwischen der ursprünglichen Ausbildung eines Redaktors und seinen journalistischen Qualitäten. Ich habe beim "Sonntag" einen gelernten Gipser engagiert, den ich zuvor als talentierten Journalisten erlebt habe, ich habe aber auch einen promovierten Ökonomen angestellt. Gemeinsam ist allen guten Journalisten eines: Leidenschaft, Herzblut. Es gibt keine erfolgreichen Journalisten, die nicht mit Leidenschaft am Werk sind. Roger Köppel, Frank A. Meyer und Roger Schawinski haben wahrscheinlich nicht viel gemeinsam, abgesehen davon, dass sie die bekanntesten Journalisten des Landes sind. Eines aber schon: Sie arbeiten ein Leben lang mit Leidenschaft und strahlen diese Leidenschaft aus, diese Lust am Journalismus.

Verspüren Sie Herzklopfen, wenn Sie einer heissen Geschichte auf der Spur sind? Sitzen Sie wie auf Nadeln, bis bei einer Recherche die entscheidende Person endlich das Telefon abnimmt? Sind Sie am Morgen auch schon vor dem Wecker erwacht und dann gleich an den Briefkasten geeilt, um die Zeitung zu holen und zu schauen, wie die Geschichte auf Papier daherkommt? Haben Sie kleine Heldenerlebnisse aus Ihrem Berufsalltag zu erzählen?

Falls ja, sind das untrügliche Anzeichen von Leidenschaft. Falls nein, kann sich das ja noch ändern.

Ändert es sich nicht, könnte Mark Twain recht erhalten, der sagte: "Journalisten sind Leute, die ein Leben lang darüber nachdenken, welchen Beruf sie eigentlich verfehlt haben." Lassen Sie es nicht so weit kommen! In diesem Sinn wünsche ich Ihnen viel Freude, viel Erfolg - und viel Leidenschaft.