

Glanzlos aus Hamburg

tagesschau.de bietet nur journalistische Pflicht statt Kür

Robin Meyer-Lucht

Der Wettbewerb zwischen tagesschau.de und Spiegel Online offenbart die Schwächen und Ungereimtheiten des öffentlich-rechtlichen Systems in Deutschland. Statt sich mit herausragendem Journalismus abseits der Marktzwänge zu profilieren, läuft tagesschau.de mit geringen Ressourcen der privaten Konkurrenz hinterher.

Die Kunde von der zweiten Karriere des Kanzlers kommt von einem verschneiten Acker am Rande der russischen Industriestadt Tscherepowez. An einem Freitagmorgen im Dezember 2005 erklärt Gasprom-Chef Alexej Miller bei einem Festakt zu Baubeginn der Ostseepipeline im Beisein des verdutzten neuen Bundeswirtschaftsministers Michael Glos, dass Gerhard Schröder den Aufsichtsratsvorsitz des Betreiberkonsortiums übernehmen werde.

Es dauert bis zum darauf folgenden Montag, bis sich im politischen Berlin das ganze Unbehagen über die geschäftstüchtige Umwidmung politischen Kapitals durch den eben erst abgewählten rot-grünen Regierungschef formiert: "Debatte um Aufsichtsratsposten: Kritik an Schröder wird schärfer" titelt am Montagabend tagesschau.de. Der dazugehörige Aufmachertext ist eine mittellange Aneinanderreihung von Politikerkommentaren (tagesschau.de 2005). tagesschau.de lässt sieben Mandatsträger und einen Gewerkschaftsvertreter mit kurzen Zitaten zu Schröders neuer Aufgabe auftreten. Einen substanziellen Hintergrund, eine eigenständige Sichtweise und insbesondere die Erwähnung des erheblichen internen Unmuts bei der SPD lässt der Text vermissen. tagesschau.de bietet eine solide nachrichtenjournalistische Aufbereitung des über Nachrichtenagenturen verfügbaren Materials: eine journalistische Pflicht – von einer Kür keine Spur.

Demgegenüber trumpft Spiegel Online auf: Hinter der gekonnt gedrechselten Aufmacherschlagzeile "Neuer Job: Schröder verrubelt seinen Ruf" steht ein Namensbeitrag zweier Redakteure, die pointiert formulierend und meinungsfest ein deutlich detaillierteres Bild der Lage als tagesschau.de zu zeichnen vermögen (Schwabe/Volkery 2005): Der Leser erfährt beispielsweise, dass Gerhard Schröder zuvor entsprechende russische Medienberichte scharf zurückweisen liess, dass SPD-Vorstand Hermann Scheer sich gewünscht hätte, dass Schröder sich den Job "verkneift", und dass die führende Boulevardzeitung Polens von "der größten Korruptionsaffäre in Europa" spricht.

Schlechte Noten für tagesschau.de

Ähnlich enttäuschend wie in diesem Beispiel schnitt tagesschau.de bei einer wissenschaftlichen Analyse durch den Autor ab (Meyer-Lucht 2005). Hierfür wurde das Online-Angebot über eine Woche im April 2004 hinweg mit Spiegel Online, Netzeitung und FAZ.Net verglichen. In einem ersten Schritt überprüfte der Autor, ob es Unterschiede in der Geschwindigkeit beim Absetzen von Eilmeldungen gibt (ebd. S. 134). Geschwindigkeit ist im Nachrichtengeschäft von herausragender Bedeutung für den Wettbewerb unter Journalisten, aber auch für das Publikum. Tatsächlich konnten Unterschiede beobachtet werden. Spiegel Online und Netzeitung fielen in eine Kategorie besonders

schnell berichtender Sites, während tagesschau.de und FAZ.Net Defizite zeigten. So benötigte tagesschau.de zum Beispiel 25 Minuten länger, um den Absturz zweier Tornado-Kampfflugzeuge in Norddeutschland zu melden. Die Rückstände von tagesschau.de mag man als marginal und für den Leser kaum wahrnehmbar abtun. Bedenklicher ist, dass tagesschau.de nie zu den Schnellsten gehörte. Hier formieren sich Hinweise auf ein möglicherweise gutes, aber kein herausragendes Angebot.

In einem zweiten Schritt untersuchte der Autor die Schlagzeilen-Rhetorik der vier Sites. Spiegel Online hat auf Basis seines eigensinnigen Schlagzeilen-Stils einen differenzierenden Tonfall entwickelt, der den Autor besonders interessierte. Selbst tagesschau.de-Chefredakteur Jörg Sadrozinski spricht hierbei anerkennend von einem "sprachlichen Feuerwerk" (ebd. S. 204). Bei Spiegel Online fielen 41 Prozent der Schlagzeilen in die Kategorie eines solchen narrativen Stils (ebd. S. 142). Die Site nutzt auch online die reizintensive Inszenierung eines Spiegel-Tonfalls. Auf der anderen Seite setzt die Netzeitung ganz auf die Normen des Informationsjournalismus mit entsprechend sehr zurückhaltenden Schlagzeilen. Bei ihr entfielen nur zwei Prozent in die Kategorie eines narrativen Stils. Demgegenüber lag tagesschau.de bei acht Prozent.

Hier zeigt sich die Richtigkeit der Konvergenzhypothese (vgl. Schatz 1994): tagesschau.de versucht, ihre öffentlich-rechtlichen Traditionen aus "grösstmöglicher Neutralität und Objektivität, hoher Glaubwürdigkeit und Seriosität" (Sadrozinski, zit. in Meyer-Lucht S. 203) mit dem privatwirtschaftlichen Erfolgsmodell der narrativen Präsentation zu kombinieren und nähert sich so Spiegel Online an. tagesschau.de landet so in der Mitte zwischen Spiegel Online und der Netzeitung – nicht an einem Ende des Spektrums, wie es die Begründung des Programmauftrags erwarten liesse. Jörg Sadrozinski möchte, dass sein Angebot "etwas lockerer und nicht ganz so streng nachrichtlich" erscheint – um auf diese Weise zur führenden Nachrichtensite aufzusteigen (ebd.). Der Primat der Quote gegenüber dem ursprünglichen Programmauftrag scheint hier erstmals durch.

In einem dritten Schritt verglich der Autor die Berichterstattung der vier Online-Nachrichtenangebote zu einem Einzelthema. Ausgewählt wurde die Ankündigung des britischen Premierministers Tony Blair, ein EU-Referendum abhalten zu wollen. Obwohl das Thema bei tagesschau.de über fünf Stunden lang den Aufmacher bildete, liess die textjournalistische Aufbereitung stark zu wünschen übrig. In zwei kurzen Texten konnte die Site lediglich 13 Details zur Blair-Ankündigung bieten. Die Netzeitung kam auf 22, Spiegel Online auf 34 und FAZ.net gestützt auf Print-Inhalte auf 44 (ebd. S. 167). Hier verfestigt sich der Eindruck eines mediokren Angebots. Man mag die Unterschiede anders bewerten – herausragend gut ist tagesschau.de dabei jedoch in keinem Fall. In dem Beobachtungszeitraum bot die öffentlich-rechtliche Nachrichtensite das geringste textjournalistische Veröffentlichungsvolumen, am wenigsten neue Schlagzeilen auf der Einstiegsseite und die geringste Zahl an exklusiven Themen (ebd. S. 154; 152).

Zu ähnlichen Ergebnissen kommt auch die professionelle Kritik. tagesschau.de hat bis heute keine nennenswerte Ehrung erhalten. Seit 2001 vergibt das dem öffentlich-rechtlichen System eng verbundene Adolf Grimme Institut einen Preis für herausragende publizistische Qualität im Netz: den Grimme Online Award. Bis heute hat tagesschau.de keinen dieser Preise erhalten, wohingegen private Mitbewerber wie Spiegel Online und n-tv.de ausgezeichnet wurden.

Kleine Reichweite für ein öffentlich-rechtliches Angebot

Auch der Nutzerzuspruch für tagesschau.de ist bislang verhalten. Das öffentlich-rechtliche Angebot belegt lediglich Rang sechs unter den Nachrichtensites im deutschen Internet (vgl. Abbildung 1). Selbst Angebote des kleinen Nachrichtensenders n-tv.de oder des Wochenmagazins Stern verzeichnen höhere Aufrufzahlen.

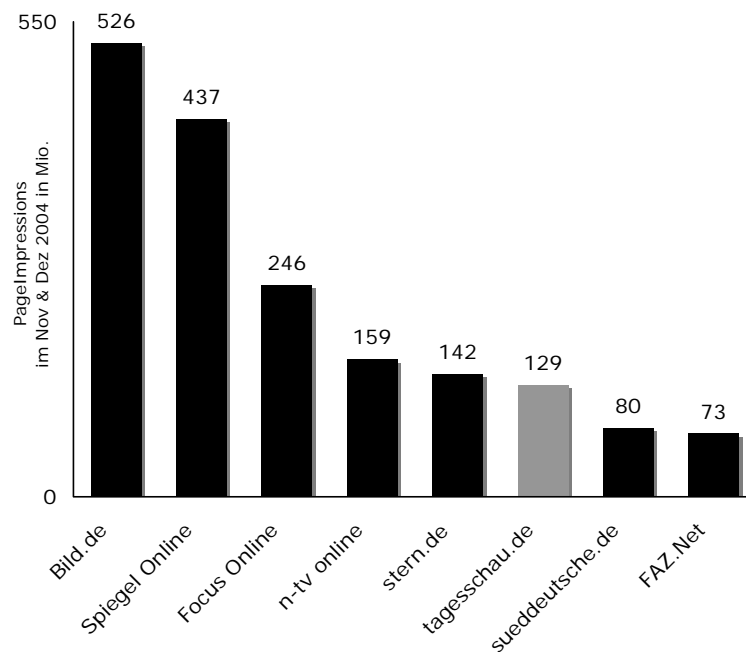


Abbildung 1: Die acht grössten Nachrichtensites in Deutschland (vgl. KEF 2005b: 76; die Daten beziehen sich auf tagesschau.de inklusive Sport und Börse; aktuellere Daten sind nicht verfügbar)

Dabei hat sich das Bundesverfassungsgericht die Rolle des öffentlich-rechtlichen Angebots vor zwanzig Jahren ganz anders vorgestellt (BVerfGE 73,118): Privatanbieter könnten ihren ökonomischen Zwängen folgend allein Massenprogramme anbieten, so das Gericht in seiner Grundsatzentscheidung Mitte der 80er Jahre. Die öffentlich-rechtlichen Sender könnten hingegen, gestützt auf die normengeleitete Allokation ihrer Gebührengelder, ein für die demokratische Ordnung und das kulturelle Leben in Deutschland "unerlässliches" Programm veranstalten.

Quote als Plebiszit

Das öffentlich-rechtliche System in Deutschland hat sich jedoch nicht wie vom Verfassungsgericht gewünscht verhalten. Wo bei den Privatanbietern die Abhängigkeit von Werbegeldern pocht, ist bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten hierzulande die Sorge um das Erreichen möglichst aller Gebührengelder eingepflanzt. Statt die Unabhängigkeit von Werbegeldern zu nutzen, ein nach Demokratie- und Bildungsgesichtspunkten herausragendes Programm zu machen, nimmt es Quotenrückgang als Gefährdung der

Gebühren-Bereitschaft war. Jens Jessen warf der öffentlich-rechtlichen Führung in der ZEIT vor, sie würde ihre Programmfreiheit als überzogen elitär empfinden und daher genüsslich die Quote wie "ein tägliches Plebiszit über die Berechtigung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks" zelebrieren (Jessen 2000). ARD-Programmdirektor Günter Struve gibt unumwunden zu, dass für ihn Einschaltquoten ausweisen, "was ein größeres Publikum als Qualität empfindet" (Junghänel 2000). Mit der Orientierung an der Quote geht eine mangelhaft ausgeprägte Kultur der Programmqualität und der öffentlich-rechtlichen journalistischen Profilierung im Sinne des ursprünglichen Programmauftrags einher.

Die ARD bestimmt ihren Programmauftrag folgendermaßen: "[Die Landesrundfunkanstalten] sollen, so lautet ihr gesetzlicher Auftrag, mit ihren Sendungen der Information, der Bildung und der Unterhaltung aller Bürger dienen" (ARD 2006a). – Das ist allerdings nicht zutreffend; der Auftrag des Bundesverfassungsgerichts an das öffentlich-rechtliche System lautet ein Programm zu machen, das die Privatwirtschaft zu machen nicht in der Lage ist. Unverblümt nennt die ARD ihre Selbsterhaltungsstrategie: "Programm für alle, Gebühren von allen" (ARD 2006b). Demgegenüber lautet der zentrale Satz der BBC zu ihrem Programmauftrag: "Our purpose is to enrich people's lives with programmes and services that inform, educate and entertain." (BBC 2006) Die ARD definiert sich hier als Massenanbieter ("aller Bürger") mit einem Vollprogramm – ohne sich dabei auf die vom Bundesverfassungsgericht zugedachte Aufgabe im dualen System zu beziehen. Die BBC definiert sich dagegen als Allround-Anbieter, der seinem Publikum etwas Wertvolles zu bieten hat ("enrich people's lives"), ohne sich explizit auf die Reichweite seiner Programme zu beziehen. Zugespitzt: Das erste Ziel der ARD ist Reichweite, das der BBC Qualität.

Auf Expansion folgt Selbstbeschränkung

Der Programmauftrag der öffentlich-rechtlichen Sender bezieht sich auch auf neue Übertragungswege, wie das Bundesverfassungsgericht 1991 betonte und ihnen so die Pforte in die neue Medienwelt weit aufstieß (BVerfGE 83, 238). Auf den teilweise ungestümen Expansionsdrang der Öffentlich-rechtlichen reagierte die Politik auf Druck der privaten Medienwirtschaft. Sie drängte die ARD im Jahr 2004 zu einer Selbstverpflichtung, ihre Ausgaben für Online-Angebote auf 0,75 Prozent der Gebühreneinnahmen zu beschränken. Dem Populismus und der Expansion jenseits des Programmauftrags durch die öffentlich-rechtlichen Anstalten wurden damit ausgerechnet online erstmals Schranken gesetzt. In der Anlage zum Achten Rundfunkänderungsstaatsvertrag verpflichteten sich die öffentlich-rechtlichen Anstalten unter anderem zu einer Begrenzung von Programmangebot, Marketing- und Personalaufwand. Die Begrenzung des Online-Aufwands ist jedoch die in der öffentlichen Diskussion sichtbarste Auswirkung der Selbstverpflichtung (vgl. Achter Rundfunkänderungsstaatsvertrag).

Im Jahr 2004 betragen die Einnahmen der ARD 6008 Mio. Euro (rund 85 Prozent davon aus Gebühren) (ARD 2006c). Der Selbstbeschränkung folgend gab die ARD 43,5 Mio. Euro für ihre Internet-Angebote aus. Damit verfügt sie über Mittel, die den Werbeeinnahmen aller deutschen überregionalen Nachrichtensites in etwa gleichkommen. Ihr zentrales und zugleich besucherstärkstes Online-Angebot tagesschau.de erhält davon jedoch lediglich 6,4 Mio. Euro, inklusive Sport und Börse (4,1 Mio. Euro davon für die Nachrichtenredaktion) (KEF 2005a: 63). Den Rest erhalten die Landesrundfunkanstalten für ihre jeweils unabhängigen Sites. Proporz und Ineffizienz wuchern hier wie in den

klassischen Abteilungen der ARD. Leidtragende ist tagesschau.de, die damit letztlich ein Promille des ARD-Etats erhält. Deutlicher kann man Online-Missachtung nicht ausdrücken.

Mit diesem Geld kann das in Hamburg angesiedelte Angebot kaum mehr als 30 Redakteurstellen in der Politik- und Wirtschaftsredaktion finanzieren – extrem wenig, wenn man im Schichtbetrieb arbeitet, AV-Inhalte per Hand einpflegen muss und nebenbei noch den Videotext betreut. Es ist nicht verwunderlich, dass die Hamburger dabei kaum mehr als ein Pflichtprogramm hinbekommen. Hauptmitbewerber Spiegel Online beschäftigt inzwischen klar über 50 Redakteurstellen.

Warten auf den "big shock"

tagesschau.de offenbart die Schwächen und Ungereimtheiten des öffentlich-rechtlichen Systems. Die Site ist inhaltlich profillos, der Informationsgehalt der Texte ist häufig dürftig, selten journalistisch herausragend. Ihr fehlt erkennbar eine Kultur der öffentlich-rechtlichen Profilierung im Sinne des ursprünglichen Programmauftrags, weil diese auch in den klassischen Rundfunkmedien kaum gepflegt wird. Und ihr fehlen vor allem finanzielle Ressourcen und Redakteure. Die ARD behandelt ihre zentrale Einrichtung stiefmütterlich und ohne erkennbares Bewusstsein für anstehende intermediale Bedeutungsverschiebungen und die Wahrung ihrer Nachrichtenkompetenz. Die BBC erklärt demgegenüber klar, dass mit einem "big shock" zu rechnen sei, wenn die nächste Generation des Breitband-Internets die Fundamente der klassischen AV-Medien angreifen (vgl. Thompson 2006). Stattdessen ist tagesschau.de gezwungenermaßen ein Angebot, das im Spiel der Privaten mitspielen darf – ohne realistische Aussicht darauf, inhaltlich zu glänzen oder zu einem führenden Angebot aufzusteigen.

tagesschau.de versäumt somit zwangsläufig den Nachweis, dass ein gebührenfinanziertes Nachrichtenportal in der Lage ist, ein für den politischen und kulturellen Diskurs in Deutschland unersetzliches Angebot zu machen – und damit letztlich den Nachweis für die Notwendigkeit seiner Gebührenfinanzierung. Stattdessen wirkt tagesschau.de häufig wie eine etwas bieder geratene Nachrichtensite, die zufällig keine Werbung trägt.

Dr. Robin Meyer-Lucht ist Strategieberater für Medienunternehmen, Medienwissenschaftler und Kolumnist. Er hat als Assistent von Prof. Dr. Peter Glotz an der Universität St. Gallen über die Wettbewerbsstrategien von Nachrichtensites promoviert. 2004 veröffentlichte Robin Meyer-Lucht zusammen mit Peter Glotz das Buch "Print gegen Online" (UVK), 2005 das Buch "Nachrichtensites im Wettbewerb" (Fischer). Kontakt: robin.meyer-lucht@berlin-institute.eu

Literatur:

Achter Rundfunkänderungsstaatsvertrag (2004):

<http://www.ard.de/-/id=224832/property=download/ilt25y/index.pdf>

ARD (2006a): Organisation:

<http://www.ard.de/intern/organisation/-/id=8036/rnvfb8/index.html>

ARD (2006b): Faltblatt 2006:

<http://www.ard.de/-/id=161950/property=download/hmm7sn/index.pdf>

ARD (2006c): Ertrags- und Aufwandsrechnung Landesrundfunkanstalten 2004:

<http://www.ard.de/-/id=224798/property=download/aane4y/index.pdf>

BBC (2006): Statements of Programm Policy 2006/2007:

http://www.bbc.co.uk/info/statements2006/pdfs/sopps06_07.pdf

Jessen, Jens (2000): Die Quoten-Idioten. In: Die Zeit, Nr. 36/2000.

Junghänel, Frank (2000): "Ich nehme das nicht persönlich" – Interview mit ARD-Programmchef Günter Struve. In: Berliner Zeitung, 09.09.2000.

KEF – Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (Hrsg.) (2005a): 15. Bericht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten. Band 1: http://www.kef-online.de/inhalte/bericht15/kef_15bericht_band1.pdf

KEF – Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (Hrsg.) (2005b): 15. Bericht der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten. Band 2: http://www.kef-online.de/inhalte/bericht15/kef_15bericht_band2.pdf

Meyer-Lucht, Robin (2005): Nachrichtensites im Wettbewerb. Analyse der Wettbewerbsstrategien von vier deutschen Online-Nachrichtenangeboten. München.

Thompson, Mark (2006): Creative Future – The BBC programmes and content in an on-demand world. Rede des Director-General der BBC, 25.04.2006:

http://www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/thompson_fleming.shtml

Schatz, Heribert (1994): Das duale Rundfunksystem in modernisierungstheoretischer Sicht. In: Holgersson, Silke et al. (Hrsg.): Dualer Rundfunk in Deutschland. Münster, S. 193–204

Schwabe, Alexander/ Volkery, Casten (2005): Neuer Job: Schröder verrubelt seinen Ruf". 12. Dezember 2005:

<http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,389956,00.html>

tagesschau.de (2005): Debatte um Aufsichtsratsposten: Kritik an Schröder wird schärfer (zuletzt am 14.12.2005 überarbeitete Fassung des Artikels vom 12.12.2005):

http://www.tagesschau.de/aktuell/meldungen/0,1185,OID5030652_REF1,00.html

Der Text befindet sich im Internet unter:

http://www.medienheft.ch/dossier/bibliothek/d25_Meyer-LuchtRobin.html