

# Journalistische Qualität im Internet

**Chris Saner, 2015**

Zürcher Hochschule der Künste, Cast/Audiovisuelle Medien  
Theoriemodul „Journalistische Formen“

## Einleitung

Bei dieser Arbeit handelt es sich um einen Auftrag für das Theoriemodul „Journalistische Formen“ bei Andreas Schefer im Studiengang „Cast / Audiovisuelle Medien“. Durch den Vergleich von klassischen Qualitätsmerkmalen im Journalismus und den neuen Möglichkeiten, die das Internet hervorgebracht hat, wird erklärt, warum das Medium Internet gegenüber den traditionellen Kanälen eine neue Betrachtung der Qualitätsfrage birgt.

## Definition der journalistischen Qualität

Seit Stephan Russ-Mohl zu Beginn der Neunzigerjahre versucht hatte, journalistische Qualität zu definieren, ist das Thema eines der relevantesten im modernen Journalismus<sup>1</sup>. Doch Qualität im Journalismus scheint nur schwer definierbar zu sein<sup>2</sup>, da sie nicht eine absolute, sondern eine vom jeweiligen Kontext abhängige Grösse ist<sup>3</sup>. Laut DIN EN ISO 9000 ist sie „[...] [der] Grad, in dem ein Satz inhärenter Merkmale Anforderungen erfüllt“<sup>4</sup>.

## Qualitätssicherung im Journalismus

Einer Redaktion liegt im Normalfall ein Qualitätsmanagementsystem zugrunde, das unterschiedlich aufgebaut werden kann<sup>5+6</sup>. Die Modelle berücksichtigen im Allgemeinen die wechselseitigen Beziehungen des journalistischen Prozesses, des journalistischen Produktes und der Zielgruppe. Je nach Ansatz, werden hier andere Schwerpunkte gelegt, um der nachgefragten Qualität gerecht zu werden<sup>7</sup>. Neben den, je nach Regelwerk unterschiedlichen, normierten und universellen Eigenschaften von Qualität, ist somit auch das Publikum ein wesentlicher Faktor für journalistische Qualität<sup>8</sup>. Angesichts der wechselseitig abhängigen Qualitätsthemen kann angenommen werden, dass Qualität etwas ist, das je nach Zielgruppe andere Gewichtungen auf die einzelnen Aspekte des Inhalts und der Distribution hat.

In der Fachliteratur gehen journalistische Qualitätsmerkmale oft mit der Frage nach dem Mehrwert einher, für den Kunden bereit sind, zu bezahlen<sup>9</sup>. Danach sollte bessere Qualität zu einem höheren Preis führen. Es stellt sich allerdings die Frage, ob die Qualität wirklich in einer einfachen Beziehung mit dem Preis steht.

## Neue Möglichkeiten durch das Internet

„[...] [Die] gesellschaftliche Orientierung leistet der Journalismus durch aktuelle, neutrale und objektive Berichterstattung, durch Kritik und Kontrolle gegenüber Politik, Wirtschaft und anderen Bereichen der Gesellschaft, durch die Moderation vielfältiger, rationaler und fairer öffentlicher Diskurse sowie durch die soziale Integration der Gesellschaft, um hier nur einige wesentliche Erwartungen zu nennen, die sich an ihn richten. Ob und wie der Journalismus diese Erwartungen zu erfüllen vermag, ist in den letzten Jahren jedoch fraglich geworden. Die wichtigste Ursache für die momentane Verunsicherung der Profession ist sicherlich das Internet, das die Zugangsbarrieren zur Öffentlichkeit gesenkt hat.“<sup>10</sup>

---

<sup>1</sup> Wyss (2010), Seite 1

<sup>2</sup> Herzog (2009)

<sup>3</sup> Wyss (2010), Seite 1

<sup>4</sup> Glinz (2003), Seite 115

<sup>5</sup> Wyss (2010), Seite 6

<sup>6</sup> Wyss (2012), Seite 6

<sup>7</sup> Egli von Matt (2007), Seite 17

<sup>8</sup> Herzog (2009)

<sup>9</sup> Meier (2010)

<sup>10</sup> Neuberger/Vom Hofe/Nuernbergk (2010), Seite 11

„Das Netz verändert den Journalismus grundlegend. [...] Die meisten Journalisten haben gelernt, auf Deadline ein fertiges Produkt abzuliefern. Ob Zeitungsartikel, Radio- oder Fernsehbeitrag – man optimiert bis zum Schluss, weil man genau eine Version der Geschichte auf das Publikum loslassen kann, die ‚finale Version‘. Im Netz gibt es erstens keine finale Version, nur die zuletzt aktualisierte. Zweitens kann man dem Publikum viel früher eine Version zugänglich machen und den bereits publizierten Artikel weiterentwickeln.“<sup>11</sup> Journalismus im Internet bietet zudem die Möglichkeit, über verschiedene Kanäle, unterschiedliche Nutzer anzusprechen<sup>12</sup>. Weiterhin „[...] tendieren [die Distributionskosten im Internet] gegen Null [...]“<sup>13</sup>. Deshalb lassen sich parallel eine Vielzahl von Kanälen bedienen.

## Journalismus im Internet

Bis vor wenigen Jahren hat sich „[...] [die] Journalismusforschung [...] mit [der Frage nach der journalistischen Relevanz von Beiträgen im Internet] [...] schwer [getan] und [...] [hielt] an einem Begriff von Journalismus fest, für den die Einbindung in redaktionelle Organisationsformen oder die Anbindung an ein Medienunternehmen konstitutiv ist.“<sup>14</sup> Angesichts der unterschiedlichen Definitionen von Journalismus gibt es insbesondere im Internet keine klare Abgrenzung von journalistischem und nicht-journalistischem Material. „Das Internet lässt [...] die Grenzen zwischen kommerzieller und nicht-kommerzieller Sphäre, zwischen beruflicher und privater Identität und vor allem zwischen Amateur und Profi verschwimmen.“<sup>15</sup> Weiterhin gäbe es „eine merkwürdige Angst vor der Bloggerei. Es wird so getan, als sei die Bloggerei eine Seuche, die via Internet übertragen wird und den professionellen Journalismus auffrisst. Das ist, mit Verlaub, Unfug. In jedem professionellen Journalisten steckt ein Blogger.“<sup>16</sup> Demnach muss ein Online-Journalist nicht unbedingt mit einem Medienunternehmen verflochten sein.

## Fazit

Während schon im traditionellen Journalismus die Qualitätskriterien und deren Messung nicht eindeutig sind, scheinen sich diese im Internet noch weiter zu verwischen. Zwar gelten auch für den Online-Journalismus die essentiellen journalistischen Regeln, sie müssen jedoch mit zusätzlichen Kriterien für die jeweiligen Kanäle und deren Publikum im Internet angepasst werden. Der dadurch erzeugte Mehrwert schafft die Voraussetzungen für eine mögliche Monetarisierung von journalistischen Produkten im Internet.

---

<sup>11</sup> Bauer (2014)

<sup>12</sup> Egli von Matt (2007), Seite 18

<sup>13</sup> Neuberger (2003), Seite 65

<sup>14</sup> Bucher/Büffel (2005), Seite 3

<sup>15</sup> Weichert/Kramp/Jakobs (2010), Seite 140

<sup>16</sup> Weichert/Kramp/Jakobs (2010), Seite 7

# Anhang

## Quellensammlung

- Bauer, David (2014): Die gesammelten Bauer-Regeln zum Journalismus im Internet  
<http://www.davidbauer.ch/2014/07/01/die-gesammelten-bauer-regeln-zu-journalismus-im-netz/> (1.1.2015)
- Bucher, Hans-Jürgen / Büffel, Steffen (2005): Weblogs – Journalismus in der Weltgesellschaft  
<https://www.uni-trier.de/fileadmin/fb2/prof/MED/POM/Bucher-Bueffel-Journalismus-in-der-Weltgesellschaft.pdf> (1.1.2015)
- Egli von Matt, Sylvia (2007): Trotzdem: Journalismus hat Zukunft  
[http://www.maz.ch/fileadmin/docs/public/Publikationen/EglivonMatt\\_Sylvia\\_Journalismus\\_hat\\_Zukunft\\_gazette\\_04\\_07.pdf](http://www.maz.ch/fileadmin/docs/public/Publikationen/EglivonMatt_Sylvia_Journalismus_hat_Zukunft_gazette_04_07.pdf) (1.1.2015)
- Glinz, Martin (2003): Software Engineering I  
[https://files.ifi.uzh.ch/serg/arvo/ftp/se\\_I/kapitel\\_09.pdf](https://files.ifi.uzh.ch/serg/arvo/ftp/se_I/kapitel_09.pdf) (1.1.2015)
- Herzog, David (2009): Wie misst man journalistische Qualität?  
<http://substanz.davidherzog.ch/wie-misst-man-journalistische-qualitaet/> (1.1.2015)
- Meier, Klaus (2005): Qualität und Qualitätsmanagement im Online-Journalismus  
[http://www.klaus-meier.net/Meier\\_Qualitaet\\_djv-Tagung.pdf](http://www.klaus-meier.net/Meier_Qualitaet_djv-Tagung.pdf) (1.1.2015)
- Meier, Reinhard (2010): Sind Gratis-Inhalte im Internet der Untergang des Qualitätsjournalismus?  
<https://www.journal21.ch/sind-gratis-inhalte-im-internet-der-untergang-des-qualitaetsjournalismus> (1.1.2015)
- Neuberger, Christoph (2003): Online - die Zukunft der Zeitung?: das Engagement deutscher Tageszeitungen im Internet (Westdeutscher Verlag/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden)
- Neuberger, Christoph / Vom Hofe, Hanna Jo / Nuernbergk, Christian (2010): Twitter und Journalismus: Der Einfluss des „Social Web“ auf die Nachrichten  
[http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publikationen-Download/LfM\\_Doku38\\_Twitter\\_Online.pdf](http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Publikationen-Download/LfM_Doku38_Twitter_Online.pdf)
- Weichert, Stephan / Kramp, Leif / Jakobs, Hans-Jürgen (2010): Wozu noch Journalismus? Wie das Internet einen Beruf verändert (Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG, Göttingen)
- Wyss, Vinzenz (2010): Qualitätsmanagement im Journalismus: Das Konzept TQM auf Redaktionsstufe  
[http://www.medienheft.ch/uploads/media/TQM\\_01.pdf](http://www.medienheft.ch/uploads/media/TQM_01.pdf) (1.1.2015)
- Wyss, Vinzenz (2012): Qualitätsmanagement in Redaktionen  
<http://pd.zhaw.ch/publikation/upload/203274.pdf> (1.1.2015)