

Plädoyer für echten Journalismus



Festredner Gregor Peter Schmitz, Vorsitzender der Chefredaktionen von Stern, Geo und Capital. © Christoph Püschner/Zeitungsspiegel

Rausgehen, recherchieren, Geschichten besonders gut erzählen. Für *Stern*-Chefredakteur Gregor Peter Schmitz liegt darin die Zukunft des Journalismus, gerade in Zeiten Künstlicher Intelligenz. Seine Festrede zur Verleihung des 28. Hansel-Mieth-Preises in Fellbach im Wortlaut.

Meine sehr geehrten Damen und Herren, verehrte Preisträgerinnen und Preisträger, ich bin an diesen Ort, an dieses Rednerpult unter Schilderung wahrer Tatsachen gelockt worden. Wahre Tatsachen, werden Sie nun zu Recht einwenden, was meint er damit denn? Vorspiegelung falscher Tatsachen, klar, das kennen wir, auch wir Journalistinnen und Journalisten tun das, ehrlich gesagt erleben wir derlei Vorspiegelung beinahe jeden Tag.

Doch so eine Vorspiegelung ist mir diesmal nicht widerfahren. Als mich meine *Stern*-Kollegin Cornelia Fuchs vor einigen Monaten als Redner für diesen Festabend gewinnen wollte, erzählte sie mir einfach, was ist. Sie sagte, natürlich wisse sie genau wie ich, dass die Zeiten für Journalismus schwieriger geworden seien, dass der Begriff Lügenpresse eine erstaunliche Konjunktur genieße, dass die Glaubwürdigkeit von uns Berichterstattern in der Bevölkerung an manchen Tagen nur knapp über der eines Markus Söder rangiere, und das will nun wirklich etwas heißen ...

ABER, fuhr sie fort. Es gäbe da einen kleinen Ort, zwar kein gallisches Dorf wie bei Asterix, aber eben doch ein überschaubarer Fleck, 47.120 Einwohner (Tendenz wachsend, bald vielleicht gar mit eigenem Auto-Nummernschild), mitten im Ländle. Dort gelte Journalismus noch was. Da strömten Menschen zusammen, wenn es um Berichte und deren Meriten gehe. Fellbach heiße dieser Ort.

Was soll ich Ihnen sagen, meine Damen und Herren? Ich blicke auf Sie, auf diese vollen Reihen, und weiß: Es sind zwar nicht alle 47.120 Einwohner heute Abend hier versammelt (warum

eigentlich nicht?), aber doch genug, dass ich sagen kann: Meine Kollegin hat keineswegs übertrieben.

Ohnehin war ich bei ihrer Beschreibung von Fellbach bereits hoffnungslos verloren. Natürlich hörte ich noch all die schönen Details über den Hansel-Mieth-Preis und dessen Historie, die Fuchs vortrug. Selbstredend vernahm ich ihre Worte über die großartigen Reportagen, die dort ausgezeichnet würden, übrigens ganz in der Nähe von stolzen Einrichtungen wie der Reportageschule Reutlingen oder der Reportergemeinschaft Zeitenspiegel.

Innerlich ging es mir aber wie den Schwestern bei Tschecchow, die dauernd nach „Moskau, Moskau“ strebten. Nach „Fellbach, Fellbach“ zog es mich, so klang es aus mir.

Und so bin ich nun hier. Wir wollen heute Abend Journalismus auszeichnen, wir wollen ihn feiern. Ich bin nicht immer ein Fan von derlei Journalismusfeiern, schon weil wir in unserer Branche im „Um uns selber kreisen“, im „Uns selber für die Größten halten“, im „Uns als den Nabel der Welt betrachten“ schon ziemlich großartig sind, besondere Anlässe wie Preisabende brauchen wir dafür eigentlich nicht.

Und doch muss so eine Journalismus-Feier manchmal sein, vielleicht gerade mehr denn je. In einer Zeit, in der der wirtschaftliche Druck stetig steigt. Eine nüchterne Rechnung: Bleiben wir hier noch etwas länger beisammen, genauer: zwei Tage, was je nach Ausstattung der in Aussicht gestellten schwäbischen Weinstube ja durchaus denkbar ist, ist rein rechnerisch zumindest in den USA schon wieder eine Zeitung eingegangen, im Schnitt sind es dort bereits 2,5 pro Woche (und droht Ähnliches bald auch in Deutschland?).

In einer Zeit, da Leute Anspruch auf ihre eigenen Fakten erheben, nicht einfach auf ihre eigene Meinung. In einer Zeit, in der der politische Druck beständig steigt, klar, in China, auf den Philippinen, in Ländern Afrikas. Aber nur noch dort? Als ich voriges Jahr den Herausgeber der stolzen *New York Times* interviewen konnte, sagte der auf einmal bemerkenswerte Sätze: Wenn früher einer seiner Mitarbeiter in China oder vergleichbar presseunfreundlichen Staaten verhaftet worden sei, habe er im Weißen Haus angerufen und gewusst, dort werde man für die Freilassung von Journalisten kämpfen. Heute rufe er dort in vergleichbaren Fällen wohl eher nicht mehr an, auch weil er den Satz fürchte: „Ist doch genau richtig so.“ Und in Deutschland? Auch hier erzählen Politiker in manchen Hintergrundrunden sinngemäß, es sei doch eh egal, was wir schreiben, diese „Presse“ sei halt ein Relikt der Vergangenheit.

Das ist der Druck, den wir aushalten müssen. Ich will gar nicht klagen, ich stelle nur fest. Aber zur Wahrheit gehört auch zu erwähnen, wo wir uns selber Druck machen. Ich will deshalb diesen Austausch mit Ihnen heute Abend auch nutzen, um ein paar Denkanstöße für einen gemeinsamen Gedankenaustausch zu geben – zu Herausforderungen in der journalistischen Transformation, die viele von uns derzeit beschäftigen.

Dazu gehört für mich die Neigung in unserer Branche, uns gegenseitig mitunter zu hämisch zu zerfleischen – oder zumindest einander erst mal rückständig bis dumm zu nennen, wenn wir doch eigentlich gemeinsam nach Lösungen suchen sollten. Nehmen Sie mal die jüngste KI-Debatte. Sie wissen schon, da ging es unter anderem um die Frage, wie umfangreich diese genutzt werden dürfe, etwa bei Meinungsartikeln.

Diese Debatte über den Einsatz von künstlicher Intelligenz erscheint mir vor allem: künstlich aufgeregt. Da sind die einen, die nun so tun, als sei jeder Einsatz von künstlicher Intelligenz im Journalismus ein Frevel, ein Hochverrat an unserer Glaubwürdigkeit, vergleichbar nur dem Plagiat. Das ist natürlich mächtig übertrieben. Auch wir beim *Stern* nutzen Instrumente der künstlichen Intelligenz, die unsere Arbeit schneller oder besser machen, etwa bei der Recherche, manchmal bei der Bildgestaltung – und immer unter strenger menschlicher Aufsicht. Ein Journalist, der gar keine künstliche Intelligenz nutzt, wäre im Jahr 2026 ein ziemlich schlechter Journalist.

Umgekehrt halten sich manche nun für besonders modern und hip, wenn sie zeigen, wie schnell sie künstliche Intelligenz mit einem Prompt einen ganzen Meinungsbeitrag in ihrem Namen ausspucken lassen können. Es mag sein, dass dieser dann ähnlich (und ähnlich schwülstig) klingt wie vorherige menschliche Beiträge aus dieser Feder, aber irgendwie ist es doch auch eine Selbstaufgabe. Soll der schnellste Prompt der beste Journalismus der Zukunft sein?

Die Wahrheit ist viel schlichter, denke ich. Gerade weil künstliche Intelligenz so viele Aufgaben übernehmen kann und wird, müssen wir Journalisten uns mächtig anstrengen, das noch besser zu machen, was die KI eben nicht kann. Also etwa rausgehen und recherchieren, kritisch einordnen und hinterfragen und Geschichten erzählen, die jemand vielleicht zunächst nicht lesen will, etwa weil sie etwas aufdecken – und diese so aufzuschreiben, dass möglichst viele sie doch lesen wollen. Das ist Journalismus, und ihn zu erhalten, wird in Zeiten schwankender Geschäftsmodelle und Content-Überflutung durch KI-Agenten schwer genug. Sollten wir nicht lieber darüber diskutieren?

Dann ist da der Umstand, dass wir von vielen Leserinnen und Lesern eher als Teil des Problems denn als Teil der Lösung gesehen werden. Nehmen Sie als Beispiel jene Debatte um einen möglichen Kanzlertausch (von Friedrich Merz zu Hendrik Wüst), den wir vor kurzem mit einem Artikel im *Stern* maßgeblich mitausgelöst haben. Wir waren stolz darauf, natürlich, die Geschichte stimmte auch. Und: Wir mussten darüber berichten, was los war in der Union, wie groß der Unmut über diesen noch ziemlich neuen Kanzler nach nur einem Jahr im Amt.

Und doch lobten unsere Leserinnen und Leser uns in Zuschriften nicht dafür. Ganz im Gegenteil, viele schrieben mir, wir Journalisten seien doch Teil des Problems, genau wegen Text wie diesem. Zu fixiert seien wir auf das ewig Negative, das Geraune über Personen statt über Inhalte, zu ungeduldig seien wir oft, auch zu hart. Natürlich, ich konnte jede Menge Argumente dagegen anführen und ich glaube weiterhin, dass unsere Berichterstattung richtig war. Aber etwas nachdenklich gemacht haben mich diese Anmerkungen schon, genau wie meinen Kollegen vom *Spiegel*, Christoph Hickmann, der vor einigen Monaten über seine eigene Arbeit als politischer Korrespondent schrieb:

„Als Olaf Scholz noch das Land regierte, habe ich mal geschrieben, er sei nur deshalb Kanzler geworden, weil er, bildlich gesprochen, einfach derjenige war, der morgens um vier noch in der Dorfdisco rumstand und etwas weniger betrunken war als die anderen, während Armin sich gerade auf der Tanzfläche übergeben hatte“.

Über Laschet, den damaligen Unions-Kanzlerkandidaten, hatte ich vorher im Wahlkampf geschrieben, er wirke aus der Zeit gefallen, ein bisschen so, als wäre Heinz Erhardt ins Fernsehprogramm zurückgekehrt“.

Über den SPD-Vorsitzenden Lars Klingbeil, der sich, so steht zu befürchten, ebenfalls für einen geeigneten Kanzlerkandidaten hält, schrieb ich erst kürzlich, nach der Niederlage seiner Partei in Rheinland-Pfalz, er könne seiner Partei noch einen Dienst erweisen: beiseitezutreten.

Und das sind nur die Treffer, die bei einer schnellen Archivsuche zusammenkommen. Hart, gehässig? Ja, schon. Zu hart, zu gehässig? Nein, so habe ich das jedenfalls bislang gesehen. Aber in letzter Zeit komme ich ins Nachdenken, ins Zweifeln.“

Und dann ist da für uns alle noch die Herausforderung, den Spagat zwischen wirtschaftlich nötigem „Abo-Gold“ und kommerziell weniger populären aber journalistisch dringend notwendigen Recherchen hinzubekommen. Wir alle sind in das Rennen um Bezahlinhalte im Netz eingestiegen, die einen früher, wir beim *Stern* etwa (leider) erst später. Ich halte dies für die absolut richtige Strategie, viel zu lange haben wir unsere Inhalte im Netz verschenkt.

Wir wissen nun viel mehr über unsere Leserinnen und Leser. Und wir wissen, den Digitalauswertungen sei Dank, auch viel genauer, womit wir am ehesten Abos gewinnen können. Es sind oft leichtere und zugänglichere Stoffe, Ratgeber- und Lifestyle-Themen – der Hauskauf, der die Ehe ruiniert, ein Affärenprotokoll, Bekenntnisse eines Narzissten, der

Selbsterfahrungsbericht aus dem Tantracamp, ja auch die Schlüssellochperspektive in die Welt der Sugar Daddys ...

Das sind alles sehr interessante Themen, keine Frage, wir geben sie immer wieder in Auftrag. Und wir decken damit ganz offenbar Interessen unsere Leserinnen und Leser ab, wir bedienen „user needs“, was eine zentrale Aufgabe ist. Das müssen wir uns immer wieder vor Augen führen, und es ist auch meine Aufgabe als Chefredakteur, daran alle immer wieder zu erinnern: Wir brauchen viele Nutzer, um all unsere Recherchen zu finanzieren.

Doch ein bisschen Sorge ich mich als Chefredakteur, dass irgendwann die Schere im Kopf losschnibbelt. Dass ich mich ertappe, wie ich eben kein „Abo-Gold“ wittere, wenn ich Reporterinnen und Reporter nach Syrien schicke oder in den Iran. Wenn ich ihnen lange Zeit lasse, um Menschen wirklich nahe zu kommen, wie für jene Reportagen, die heute ausgezeichnet werden. Wenn ich investigative Recherchen bewillige, bei denen vielleicht auch lange nichts herauskommt, oder nie ein Wort erscheint, und die doch sehr wichtig sind.

Früher, als das Geld oft noch sprudelte in den Verlagen, haben wir diese Abwägungen nicht in gleichem Umfang treffen müssen. Damit will ich keineswegs sagen, dass früher alles besser war. Ich bin sehr froh, dass sich nicht mehr wie früher beim *Spiegel* (oder beim *Stern*) viele sehr angezogene Männer über Titelbilder mit möglichst nackten Frauen beugen und stattdessen heute Geschichten über den Missbrauch von oder Gewalt an Frauen ganz vorne landen. Ich will nicht zurück in eine Zeit, in der der Leser (und erst recht die Leserin) höchstens als lästiges Übel gesehen wurden, keineswegs aber als Dialogpartner auf Augenhöhe. Journalismus ist heute viel offener, viel transparenter, viel offener für Fragen, Rückfragen, mit einer weit besseren Fehlerkultur. Und auch viel weniger parteiisch. Es ist längst nicht mehr normal wie früher, dass Journalisten mit Parteibuch unterwegs sind. Dass Medienhäuser früher Gewinnmargen wie Drogenhändler oder Hedgefonds auswiesen und Journalisten Business oder First Class flogen, hat die Texte auch nicht zwangsläufig besser gemacht, eher im Gegenteil.

Nun sind wir Verlage meist nicht mehr in Hedgefonds-Dimensionen unterwegs, manchmal nähern wir uns eher Non-Profit-Organisationen an. Gewiss, das ist herausfordernd, aber wollen wir nun in Panik verfallen, Selbstmord begehen aus Angst vor dem Tod? Aus meiner Sicht wäre das ein großer Fehler. Vielmehr wäre es angemessen, nicht nur die Frage zu stellen, wie wir als Branche überleben können. Sondern auch die Frage: Warum eigentlich sollten wir partout überleben? Was (und wen) wollen wir erreichen mit unserem Journalismus? Reicht es, immer nur zu sagen, wir seien systemrelevant? Oder müssen wir das nicht auch immer wieder zeigen und beweisen?

Ich stelle diese Fragen, weil ich fest glaube, dass wir sie selbstbewusst beantworten können. Dass es eine Zukunft gibt für mutigen Journalismus.

Denn Mut hat die KI ganz sicher nicht. Und auch kein Prompt. Ich war vor kurzem bei einer Feier, welche die Journalistinnen und Journalisten des Jahres auszeichnete (ja, es stimmt schon, es gibt ziemlich viele Journalismus-Feiern). Es war ein Abend des Mutes. Da wurde eine Kollegin geehrt, die sehr anschaulich schilderte, wie viel Kraft es kostet, seit Jahren über die AfD zu berichten. Da wurden eine Kollegin und ein Kollege ausgezeichnet für ihre unfassbar mutige Undercover-Recherche unter Neonazis. Und zwei junge Kolleginnen, deren unermüdliche Investigativ-Arbeit ein ganzes Vergewaltiger-Netzwerk ans Tageslicht gebracht hatte.

Wir brauchen journalistischen Mut, um die großen Themen anzusprechen. Wir brauchen ihn mehr denn je. In Zeiten, da allein zwölf Menschen auf diesem Planeten über ein so großes Vermögen verfügen wie die ärmere Hälfte der Menschheit, immerhin nicht weniger als vier Milliarden Menschen. In einer Zeit, in der wir feststellen, dass soziale Netzwerke reichlich asozial sein können. Und in einer Zeit, in der wir alle wissen, dass wir die Jungen fast gar nicht mehr erreichen mit unseren Angeboten. Als ich vor einigen Jahren Chef einer großen Regionalzeitung wurde, fragte ich etwas naiv nach dem Durchschnittsalter der Abonnentinnen und Abonnenten. Das lag bei Ende 60. Dann fragte ich nach dem Alter der Neuabonnenten. Das lag im Schnitt

bei Anfang 60 (meist Menschen, die in Rente gingen und die Zeitung nun nicht mehr auf der Arbeit lesen konnten). Der häufigste Kündigungsgrund war: Tod.

Junge Menschen heute sind keinen Deut dümmer oder desinteressierter als wir Älteren es einst waren. Doch sie sind einer unfassbaren Informationsflut ausgesetzt, die eben nicht zwangsläufig zu mehr Wissen führt. Diese wird gesteuert von Algorithmen und von Geschäftsmodellen, die auf möglichst viel Aggression und Konfrontation beruhen, nicht auf so viel Dialog wie möglich.

Und doch bin ich voller Hoffnung. Denn eines hat sich nicht geändert: Menschen lieben Geschichten. „Das geschichtenerzählende Tier“, nennt der Wissenschaftspublizist Jonathan Gottschall unsere Spezies, las ich neulich in einer klugen Abhandlung. Dort fand ich auch ein Zitat der Psychologin Elaine Reeset: „Menschen aller Kulturen, die je untersucht wurden, sind Geschichtenerzähler.“

Wir erzählen von Dingen, die wir erlebt haben. dafür stehen wir, der Journalismus. Und dafür steht der Hansel-Mieth-Preis. Wir werden gleich ausgezeichnete Geschichten von Kolleginnen und Kollegen hören. Wir werden hoffentlich einen ganzen Sommer darüber reden, und vielleicht gar länger.

Das wäre dann ein Sommermärchen. Ein solches erleben wir auch gerade in den USA. Jan Christoph Wiechmann, einer unserer *Stern*-WM-Korrespondenten, hat es gerade so bei uns beschrieben:

„Trump kann zwar offenbar die Weltordnung in Schutt und Asche legen. Aber die ersten zwei Wochen der Fußball-WM zeigen: Den Fußball kriegt selbst er nicht kaputt, selbst wenn er es versucht. Die WM mag ein Wettstreit der Nationen sein, die Zelebrierung des Patriotismus – und ist doch eher die friedliche Zusammenarbeit der vereinten Nationen, die größte Party der Welt. Und schon gar nicht: die befürchtete Propagandashow des Mannes im Weißen Haus ... Gegen die WM kommt selbst der Aufmerksamkeitsjunkie in D.C. nicht an, vor allem nicht gegen eine so stimmungsvolle. Es muss ihn wahnsinnig machen. Aber im Stadion lässt er sich nicht blicken. Das kollektive Aufatmen ist förmlich spürbar. Es gibt tatsächlich so etwas wie Urlaub von Trump ... eine erste kleine Auszeit vom Feuerteufel, der die Welt anzündet, weil er ständig und überall die volle Aufmerksamkeit braucht. Wir sind gerade auf Trump detox.“

Wiechmann hat Fans von Mexiko bis Kanada gesprochen und zieht eine erste Bilanz:

„Das Turnier bringt die dringend benötigte Dosis Leichtigkeit in schweren Zeiten. Es drängt sich hier zumindest der Eindruck auf: Die Welt ist gar nicht nationalistischer geworden, eher diverser, menschlicher, offener.“

Warum ich nun vom Journalismus auf Fußball gekommen bin? Natürlich zum einen, weil Fußball eine ausgesprochen schöne Sache ist. Aber auch, weil ich Sie alle hier zum Abschluss meiner Bemerkungen zu einem kleinen Gedankenexperiment einladen möchte.

Tauschen wir doch einmal die handelnden Personen aus, so gerne wir alle über den Fußball und seine Märchen lesen. Stellen wir uns einmal kurz vor, Donald Trump, ja nicht einmal er, bekäme den Journalismus eben nicht klein. Und stellen wir uns zudem vor, wir stellten gleichzeitig an vielen anderen Geschichten fest, dass wir Menschen weit diverser, menschlicher, offener sind als wir gerade vielleicht oft denken.

Wäre das ein Sommermärchen? Oder kann es eine wahre Geschichte werden, eine neue Erfolgsgeschichte für mutigen Journalismus? Das hängt ganz von uns ab. Und ich glaube: Wir schaffen das.

Ich wünsche Ihnen eine schöne Feier und freue mich darauf, mit Ihnen heute Abend Journalismus zu ehren.