

Vorab-Redemanuskript

des Ersten Bürgermeisters Olaf Scholz

Ansprechpartner für interne Fragen zur Rede:

Thomas Östreicher

Freie und Hansestadt Hamburg

Senatskanzlei (R 2)

Büro des Ersten Bürgermeisters

Rathausmarkt 1

20095 Hamburg

Tel. 040 42831-2208

E-Fax 040 4279-15171

thomas.oestreicher@sk.hamburg.de

Ansprechpartner für externe Fragen (z. B. Presse):

Christoph Holstein

Sprecher des Senats

Senatskanzlei

Pressestelle des Senats

Rathausmarkt 1

20095 Hamburg

Tel. 040 42831-2242

Fax 040 42831-2814

christoph.holstein@sk.hamburg.de

Ansprechpartner für organisatorische Fragen (z. B. Anfahrt, Ablauf):

Nils Grohmann

Terminreferent

Senatskanzlei

Büro des Ersten Bürgermeisters

Rathausmarkt 1

20095 Hamburg

Tel. 040 42831-2023

E-Fax 040 4279- 15040

nils.grohmann@sk.hamburg.de

Andreas Meier

Persönlicher Referent

Senatskanzlei

Büro des Ersten Bürgermeisters

Rathausmarkt 1

20095 Hamburg

Tel. 040 42831-2530

E-Fax 040 4279-15083

andreas.meier@sk.hamburg.de

Sperrfrist: Redebeginn
Es gilt das gesprochene Wort.

ONO-Weltkonferenz der Medienombudsleute

am 5. Mai 2014, Hamburg

Einführungsstatement

15 Minuten

Sehr geehrter Herr *[Stephen]* Pritchard, *[Präsident ONO]*

sehr geehrter Herr *[Frank]* Mahlberg, *[Verlags-GF HA]*

sehr geehrter Herr *[Lars]* Haider, *[HA-Chefred.]*

sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich, Sie heute hier in Hamburg begrüßen zu können. Diese Stadt ist ein guter Ort für Ihre Konferenz. Sie ist ein guter Ort, um über die Zukunft der Medien zu sprechen.

Ich hoffe, Sie finden hier einen guten Rahmen, um über die Verantwortung der Medien und über die Verantwortung für die Medien nachzudenken und zu diskutieren.

Die Bedeutung des Themas Medien für Hamburg können Sie vielleicht auch daran ablesen, dass ich hier nicht nur als Erster Bürgermeister, sondern auch als zuständiger Fachsenator für Medien vor Ihnen stehe. Direkt nach meinem Amtsantritt habe ich beschlossen, in der Senatskanzlei ein Amt Medien einzurichten, das sich darum kümmern soll, dass Medienunternehmen hier in der Stadt gute Bedingungen vorfinden und sich entsprechend entwickeln können.

Schon immer waren Hafenstädte nicht nur Umschlagplätze für Waren und Dienstleistungen, sondern auch für Information. Das ist hier nicht anders.

Hier in Hamburg sind seit der Aufklärung immer wieder intellektuell und ökonomisch bedeutende Zeitungen und Zeitschriften verlegt worden. Bis

heute ist Hamburg eine der zentralen Medienmetropolen Europas.

Hier werden neben dem Hamburger Abendblatt auch bedeutende Wochenzeitungen und -zeitschriften wie der Spiegel, die Zeit oder der Stern verlegt.

Hier hat die Tagesschau, die wichtigste Fernsehnachrichtenredaktion Deutschlands ihren Sitz.

Hier arbeiten insgesamt 110.000 Beschäftigte in Medien-, Kreativ- und IT-Unternehmen auch daran, diese gewachsene Kompetenz und inhaltliche Kraft im digitalen Zeitalter nicht nur zu wahren, sondern weiter auszubauen.

Das ist eine anspruchsvolle Aufgabe, weil Medien eben kein Geschäft sind wie jedes andere auch.

Sie verlangen von ihren Macherinnen und Machern eine besondere Verantwortung.

Diese Verantwortung hängt eng mit der Freiheit der Presse zusammen, weil diese Freiheit alleine eben nur eine notwendige, aber noch keine hinreichende Voraussetzung für guten Journalismus ist. Albert Camus hat recht mit seiner Feststellung: *„Eine freie Presse kann gut oder schlecht sein, aber eine Presse ohne Freiheit kann nur schlecht sein.“*

Um aus freien Medien auch gute Medien zu machen braucht es Redaktionen und Medienhäuser, die sich selbst ethische und professionelle Standards geben und deren Einhaltung eigenständig überwachen.

Redaktionen, die frei sind und die Verantwortung übernehmen.

Sie alle hier arbeiten in solchen Redaktionen. Sie sind gewillt, sich der Verantwortung für die Öffentlichkeit unserer Gesellschaften zu stellen, die mit Journalismus nach wie vor und vielleicht mehr denn je untrennbar verbunden ist.

Dabei können wir in Deutschland immer noch einiges von anderen Ländern lernen. Denn abgesehen von einigen schnell beendeten Versuchen in den 70er Jahren des letzten Jahrhunderts haben sich Redaktionen lange Zeit sehr schwer damit getan, sich Ihren Leserinnen und Lesern gegenüber zu öffnen.

Fast jeder Redakteur, der länger dabei ist, kann Geschichten erzählen wie die vom Studienrat, der am Montagmorgen die orthografisch durchkorrigierte Samstagsausgabe bei der Sekretärin der Redaktion abgegeben hat – und der bis zum nächsten Montag der einzige Leser sein

sollte, der überhaupt in Kontakt mit der Redaktion stand.

Das ist heute anders. Längst ist es nicht mehr so, dass die Redaktion nur sendet und das Publikum nur empfängt. Längst sind neben die klassischen Leserbriefe zahlreiche weitere Feedback-Schleifen getreten. Längst wissen Redaktionen ziemlich genau, was ihre Leserinnen und Leser von ihren Berichten denken und erwarten.

Und doch sind es immer noch nur wenige Redaktionen, die sich dem Dialog mit dem Publikum und damit der Auseinandersetzung über ihre eigenen Standards stellen und dafür einen eigenen Redakteur, einen Ombudsmann abstellen.

Ich bin überzeugt, dass es mehr werden in den kommenden Jahren. Denn wenn sich Redaktionen eines nicht mehr leisten können, dann ist es, auf

die Kommunikation und die Auseinandersetzung über ihre Arbeit zu verzichten.

Darin besteht nämlich vielleicht der größte Unterschied klassischer journalistisch-redaktioneller Angebote gegenüber neuen Plattformen und Aggregatoren im Netz: In einer Redaktion arbeiten Journalistinnen und Journalisten, die für ihre Arbeit Verantwortung übernehmen können und müssen.

Das Informationsangebot einer Tageszeitung oder Nachrichtensendung ist das Ergebnis von Debatten innerhalb der Redaktion, von Abwägungen, Kontroversen, manchmal auch Zufällen. Dahinter stehen – so zumindest der Anspruch – begründbare Entscheidungen.

Diese können falsch sein, aber sie sollten niemals gedankenlos oder automatistisch getroffen werden.

Das unterscheidet sie von einem Algorithmus oder von der numerischen Aggregation von social media likes. Hier gibt es greifbare Verantwortliche, die mit ihrem Namen für ihre Arbeit einstehen. Mit ihnen kann das Publikum auch in die Debatte gehen.

Deswegen sind Ombudsleute wichtige Bestandteile so genannter Media Accountability Systems, mit denen Redaktionen und Medienhäuser dafür sorgen, dass sie auch weiterhin als relevant und verlässlich angesehen werden. Sie helfen außerdem dabei, jegliche Debatte über Beschränkungen der Medien im Keim zu ersticken, weil sie zeigen, dass Redaktionen sich ihrer Verantwortung stellen.

Das ist wichtig angesichts der wieder anschwellenden Debatten darüber, was Journalistinnen und Journalisten dürfen und was

nicht. Die Quellen dieser oft nur scheinbar nachdenklichen, dafür aber umso bedenklicheren Fragen können sehr unterschiedlich sein.

Zu ihnen gehören die Übergriffe des Papparazzi-Journalismus ebenso wie die preisgekrönten Berichte investigativer Reporter, die in den letzten Jahren immer wieder Geschichten ans Tageslicht befördert haben, die nach dem Willen mancher im Dunkeln hätten bleiben sollen.

Darunter finden sich beeindruckende journalistische Leistungen wie die der Recherche-Allianz zwischen öffentlich-rechtlichen Sendern und der Süddeutschen Zeitung, die unter der Leitung von Georg Mascolo zu Themen wie Offshore-Leaks oder dem NSA-Skandal regelmäßig neue Erkenntnisse veröffentlicht.

Neue Technologien bieten dem Journalismus neue Möglichkeiten, die auch neue Debatten über seine soziale Verantwortung nach sich ziehen.

Moderne Gesellschaften stehen hier permanent vor der Aufgabe, ihre Standards zu begründen und gegebenenfalls weiterzuentwickeln. Nicht beliebig, sondern reflektiert.

Denn so wie es nachvollziehbar sein sollte, auch Prominenten eine Privatsphäre zu sichern, so sollte es zugleich selbstverständlich sein, dass moderne Gesellschaften jenen aufklärerischen Geist aushalten, der investigativen und respektlosen Journalismus überhaupt erst möglich macht. Ohne seine Leistungen wären unsere Gesellschaften weniger frei und weniger gerecht.

Sie lassen sich auch nicht durch digitale Angebote und Transparenz ersetzen. Wenn plötzlich 22.000 Seiten Geheimdienst-Dokumente über Wikileaks

auftauchen, dann sind wir als Rezipienten völlig überfordert, deren Inhalt zu sichten und zu bewerten. Dazu brauchen wir verantwortungsbewusste Profis in den Redaktionen, deren Urteil und Berichterstattung wir vertrauen.

Deswegen sind all diejenigen schlecht beraten, die meinen, dass sie auf Enthüllungen mit neuen Gesetzen oder gar Repressionen reagieren müssen.

Umgekehrt aber müssen Redaktionen sich meines Erachtens auch der Verantwortlichkeit für Ihre Veröffentlichungen stellen. Unstreitig ist es ihre professionelle Aufgabe, Dinge ans Tageslicht zu bringen und Öffentlichkeit herzustellen. Das muss aber nicht zwangsläufig ausschließen, dass sie sich auch mit der Frage nach den Konsequenzen der Veröffentlichung beschäftigen.

Auch hier leisten Sie als Ombudsleute wertvolle Beiträge. Sie beweisen, dass der Journalismus reflexiv wird und seine eigenen Standards hinterfragen kann.

Das ist wichtig, wenn er sich das Vertrauen seiner Leserinnen und Leser erhalten möchte. Ich bin davon überzeugt – und das gilt auch für die Politik: Nur wer in der Lage ist, zuzugeben, dass er sich geirrt und einen Fehler gemacht hat, der wird dauerhaft ein ernstgenommener Partner bleiben, dessen Aussagen von Wert und Gewicht sind.

Das hat die New York Times schon früh mit ihrer Korrekturspalte bewiesen. Und das zeigt der zunehmend offenere Umgang der Redaktionen mit ihren Ombudsleuten. Zunehmend seltener hört man die Sorge, dass diese doch letztlich auch nur PR-Leute seien, die den Leserinnen und Lesern erklärten, wie toll das Blatt ist. Zunehmend

deutlicher wird, dass viele Redaktionen tatsächlich lernen und sich dadurch verbessern wollen.

Angesichts der voranschreitenden Digitalisierung unserer gesellschaftlichen Kommunikation ist genau diese Offenheit unabdingbar. Wer heute noch denkt, er könne soziale Kommunikation steuern oder kontrollieren, der sitzt einem gefährlichen Irrtum auf. In den fragmentierten Öffentlichkeiten der Gegenwart haben die Medien – wie die Politik auch – längst ihre ehemals als natürlich unterstellte zentrale Position verloren.

Wir müssen sie uns regelmäßig neu erkämpfen. Und das gelingt besser, wenn wir nicht überreden, sondern überzeugen wollen. Und wenn wir offen sind – dafür uns zu erklären und dafür, die Dinge noch besser zu machen.

In Hamburg haben wir vor zwei Jahren u.a. gemeinsam mit Transparency International und

dem Chaos Computer Club ein Transparenzgesetz geschrieben, mit dem wir die bisherige Logik staatlichen Handelns umgekehrt haben. Künftig ist nicht mehr der Wunsch nach öffentlicher Verfügbarkeit von Information begründungspflichtig, sondern künftig muss die Verwaltung sagen, warum sie etwas nicht ins Informationsregister einstellen will. Die Default-Position lautet: öffentlich! In einer Demokratie ist das aus meiner Sicht unerlässlich.

Und es stabilisiert das Vertrauen. Wir merken schon jetzt, dass viele Bürgerinnen und Bürger deutlich weniger Argwohn hegen, wenn wir beispielsweise vollständige Verträge im Internet veröffentlichen und damit für jedermann nachvollziehbar machen, was wir aktuell tun.

Dieser Weg steht Ihnen nur begrenzt offen. Und ich rate Ihnen auch nicht zur gläsernen Redaktion. Aber als Ombudsleute öffnen Sie die Türen zum

redaktionellen Geschehen für viele Leserinnen und Leser mehr als nur einen kleinen Spalt. Sie gewähren Einblick und erklären, was früher selbstverständlich hingenommen werden musste.

Das ist vermutlich ein zwangsläufiger Prozess, der den Veränderungen unserer Gesellschaften geschuldet ist. Aber er wird den Journalismus besser machen.

Und er kann helfen, dass Zeitungen und Redaktionen erfolgreich mehr Verantwortung für die Gesellschaft nehmen. Nicht im Sinne der Parteinahme für einzelne Positionen, sondern als Anwälte des gesellschaftlichen Gesprächs, als Garanten einer gelingenden Öffentlichkeit.

Immer häufiger verlassen gerade regionale Zeitungen die nur vermeintlich neutrale Beobachterposition und kümmern sich darum,

dass Dialog und Verständigung in der Stadt auch zustande kommen.

Sie bringen kontroverse Standpunkte zusammen und bauen die Bühnen, auf denen der gesellschaftliche Diskurs stattfinden kann. Sie kümmern sich aktiv und im besten Sinne um die Demokratie.

Wer das tut, der muss auch Rechenschaft ablegen können und der braucht gute Argumente zur Rechtfertigung seiner Verantwortlichkeit. Dies zu leisten ist sicherlich eine ihrer vordringlichsten Aufgaben für unsere Gesellschaft. Und das schöne: Wenn es ihnen gelingt, das Vertrauen in die Berichterstattung Ihres Mediums zu sichern, dann stabilisieren Sie damit auch dessen ökonomischen Erfolg und damit wiederum die wirtschaftliche *und* die gesellschaftliche Zukunft des Journalismus.

Im Interesse unserer Demokratie wünsche ich
Ihnen allen dabei viel Erfolg!

Schönen Dank!

ONO – Annual Conference of News Ombudsmen
on 5 May 2014, Hamburg

Introductory Statement: 15 min.

Mr. Pritchard, [*ONO President*]

Mr. Mahlberg, [*Business Executive “Hamburger Abendblatt”*]

Mr. Haider, [*Chief Editor “Hamburger Abendblatt”*]

Ladies and Gentlemen,

I'm very pleased to welcome you here in Hamburg today. This city is a good place to hold your conference. It's a good venue for talking about the future of the media.

And I hope you will find it offers you a suitable framework for thinking about and discussing the responsibility of the media and our responsibility for the media.

Maybe you will be able to judge the importance Hamburg attaches to the media when I tell you that I'm speaking to you here not just as the First Mayor but also in my capacity as the Specialist Senator for the media. As soon as I took up my post I decided to establish a Media Department in the Senate Chancellery; its task is to ensure that media companies find the right conditions here in our city and good chances of development.

All through history ports have been places for exchanging information as well as turntables for goods and services. Hamburg is no exception.

Time and again, ever since the Age of Enlightenment, newspapers and periodicals with intellectual or economic significance have been founded and published in this city. And Hamburg is still one of Europe's biggest media centres.

Besides our *Hamburger Abendblatt*, important weekly newspapers and periodicals like *der Spiegel*, *die Zeit* and *der Stern* are published here.

The *Tagesschau*, Germany's biggest television news service, has its editorial headquarters here too.

Altogether, 110,000 employees of media or IT firms and creative enterprises strive not only to preserve this established competence and diversity of content in our digital age but even to extend it further.

That is no mean task, because media are not just a business like any other. They demand very special responsibility on the part of those who produce them.

This responsibility is closely associated with freedom of the press, because this freedom alone,

although essential, is not sufficient to ensure good journalism. Albert Camus was right when he said, *“A free press can, of course, be good or bad, but, most certainly without freedom, the press will never be anything but bad.”*

To make free media good media too, we need editorial departments and media companies that set themselves ethical and professional standards and make sure they are adhered to.

We need editorial teams that are free and take this responsibility seriously.

All of you here work in such editorial departments. You are willing to take on responsibility for freedom of information in our societies, which is still closely bound up with journalism – perhaps even more so now than in the past.

And there are still things we in Germany can learn from other countries. Because for many years – apart from a few short-lived attempts in the 1970s – editorial departments were very loath to open themselves up to their readers.

Nearly every editor who has been on the job for years can tell stories like that of the schoolteacher who handed the Saturday edition of the newspaper in to the department's secretary on the Monday morning with all the spelling mistakes corrected. As it turned out, he was the only reader who had any contact with the editors at all until the following Monday.

That is different now. Gone are the days when the editors just transmitted and the public just received. The classic letters to the editors have long been joined by numerous other feedback loops. Today's editors have a fairly precise idea of

what their readers think of their reports, and what they expect of them.

But still there are not many editorial departments that face up to a dialogue with the public, and with it a critical discussion of their own standards, and appoint a representative for this very purpose – an ombudsman.

I am certain more will follow in the next few years. Because if there is anything editors cannot afford to do, it is to avoid communication and a discussion of their work.

Maybe that is the biggest difference between classic journalism and editorship and the new platforms and aggregators in the Web: an editorial team consists of journalists who can and must admit responsibility for their work.

The information offered by a daily newspaper or a news broadcast is the result of discussion among the editors; the result of consideration, controversy, or sometimes even chance. And it is based – hopefully, at least – on justifiable decisions.

These decisions may turn out to be wrong, but they should never be made automatically or without thought.

That is what distinguishes them from an algorithm or the numeric aggregation of social media “likes”. Behind them there are real people, who accept responsibility and vouch for the work they publish with their own name. And their readers can enter into a discussion with them.

So ombudsmen have an important function in so-called Media Accountability Systems with which editors and media companies ensure that they

continue to be regarded as relevant and reliable. They also help to nip in the bud any discussion of restricting the media, because they prove that editors are fully aware of their responsibility.

That is important in view of the re-emerging debate as to what journalists may do and what they may not. The reasons for these questions, which are only apparently constructive and therefore potentially all the more destructive, may differ considerably.

They include both the ruthless excesses of paparazzi journalism and the award-winning reports of investigative journalists, who in recent years have again and again brought to light stories that some people would have preferred to keep in the dark.

The latter include impressive journalistic achievements like the research alliance between

public-service broadcasting stations and the *Süddeutsche Zeitung*, coordinated by Georg Mascolo, that regularly publishes news on topics such as offshore leaks and the NSA scandal.

New technologies offer journalism new possibilities, which in turn generate renewed discussion of its social responsibility.

In this respect, modern societies constantly face the task of justifying their standards and adjusting them where necessary. Not arbitrarily, but with due thought.

For reasonable as it is that prominent personalities should be allowed to enjoy some private life, it should also go without saying that modern societies must tolerate the spirit of discovery that is the basis of investigative or even disrespectful journalism of any kind. Without it, our societies would have less freedom and less justice.

Digital offers and transparency are no substitute for this. If 22,000 pages of intelligence service documents suddenly appeared through Wikileaks, we as recipients would be totally unable to examine them and assess the content. To do so we need responsible professionals in editorial departments whose judgment and reporting skills we trust.

So all those who feel they must react to disclosures with new laws or even sanctions are ill advised.

But conversely, editors must – in my opinion – face up to the responsibility they hold for what they publish. We would all agree that it is their professional task to bring things to light and present them to the public. But that does not necessarily relieve them of an obligation to

consider the consequences such publication might have.

Here, too, you as ombudsmen make a valuable contribution. You prove that journalism is capable of reflection and willing to review its own standards.

That is important if journalists are to maintain the trust and confidence of their readers. I am convinced of this – and it is just as true of politics: only if we are willing to admit that we have been wrong and made a mistake will we be taken seriously as partners in the long term – partners whose opinions are of value and carry weight.

The New York Times was among the first to prove it with its correction column. And that shows the increasing frankness with which editorial departments are treating their ombudsmen. We hear less and less criticism that ombudsmen are

really only PR people who tell readers how wonderful their newspaper is. There is growing evidence that many editorial departments really do want to learn and improve.

Precisely this frankness is becoming more and more essential as digital communication in our society advances. Those who still think they can steer or control social communication have fallen prey to a dangerous error. In today's fragmented public spheres the media – like politics – have long since lost what used naturally to be considered their central position.

Again and again we have to struggle to regain this central position. And we shall be more successful if we seek to convince rather than to persuade and coax. And if we are frank enough to declare our intentions and do our job better all the time.

Two years ago, we in Hamburg formulated a transparency law together with Transparency International, the Chaos Computer Club and others, in which we reversed the existing logic of government action. In future it is not the wish for information to be made available to the public that will have to be substantiated; instead, it will be up to the administration to explain why it does not want something to be made public. The default position will be: public! To my mind that is an essential feature of democracy.

And it stabilizes confidence. We are already noticing that many of our citizens have become much less suspicious, for example when we publish complete agreements on the Internet and make it clear to everyone what we are doing.

You yourselves can only follow this course to a limited extent. And I'm not advising you to make your editorial departments completely transparent.

But as ombudsmen you shed more than just a gleam of light on editorial work for many readers. You grant them an insight, and explain things that simply had to be taken for granted in the past.

I suppose that is an inevitable process resulting from the changes in our societies. But it will make journalism better.

And it may help newspapers and their editors to take on more responsibility for our society. Not in the sense of supporting specific positions, but as advocates of social discussion, as guarantors of efficient information of the public.

It happens more and more often that regional newspapers, in particular, abandon what only appears to be the role of a neutral observer and try to ensure that dialogue and agreement really do come about in their area.

They bring opposing standpoints together and build the platforms on which social discussion can take place. They promote democracy actively, and in the best sense of the term.

Those who act in this way must be able to account for themselves, and they need good arguments to justify their responsibility. To achieve this is doubtless one of the most urgent tasks facing our society. And the good thing about it is: if they succeed in generating confidence in the way their medium reports, they stabilize its financial position and indirectly the economic *and* social future of journalism.

In the interests of our democracy I wish you all a very successful conference!

Thank you!