



Freie Radikale

Warum es einen Bloggerclub braucht

STEPHAN GOLDMANN UND FRANZ NEUMEIER

Bloggende veröffentlichen Monat für Monat mehr Inhalte als alle Medienhäuser zusammen. Sie können Wissenschaftler, Mode-Influencer oder auch Journalisten sein. Und doch: Keine Gruppe von Publizisten befindet sich mehr in der Grauzone als Bloggende. Warum?

Bloggende sind schwer einzuordnen. Mal sind sie Mode-Influencer mit Hang zu schönen Bildern, mal Wissenschaftler, die ihre Sichtweise veröffentlichen wollen, mal Reisende, die ihre Erlebnisse schildern. Blogger testen aber auch Produkte, klären über Finanzen auf oder machen sich schwerwiegende Gedanken zu Geschichte oder Philosophie.

Gemein ist Allen: Sie publizieren Inhalte, die mal mehr und mal weniger gelesen werden. Ganz wie Journalisten. – Hoppla! Da war es wieder: Wie kann man es wagen, Journalisten und Blogger auf eine Stufe zu stellen? Das gehört sich doch nicht! Oder doch?

Verschnaufen wir kurz und sehen wir uns den Vergleich objektiv an. Alle oben beschriebenen Felder – Reise, Mode, Finanzen, etc. – finden sich auch in Zeitungen, Magazinen und Online-Publikationen wieder. Über die Auswahl der beschriebenen Branchen können sich die beiden publizierenden Genres sicher nicht abgrenzen.

Macht die Ausbildung den Unterschied? Das kann wohl sein. Es gibt keine den Journalistenschulen vergleichbare Bloggerschule mit Abschluss. Auf der anderen Seite zeigen viele Quereinsteiger im Journalismus, dass auch hier Ausbildung nicht immer den Unterschied macht.

Foto: cluj/stock images

Bloggen muss keinen Regeln folgen, Journalismus allerdings auch nicht. Zwar gibt es einen Presserat, aber der erweist sich doch eher als zahnlos. Bild Online brachte es auf sieben der insgesamt 28 Rügen, die der Presserat 2018 ausgesprochen hat. Auch im vergangenen Jahr vereinte Bild Online etwa ein Drittel der Presserat-Rügen auf sich – eine Lernkurve ist da wohl nicht zu erkennen.

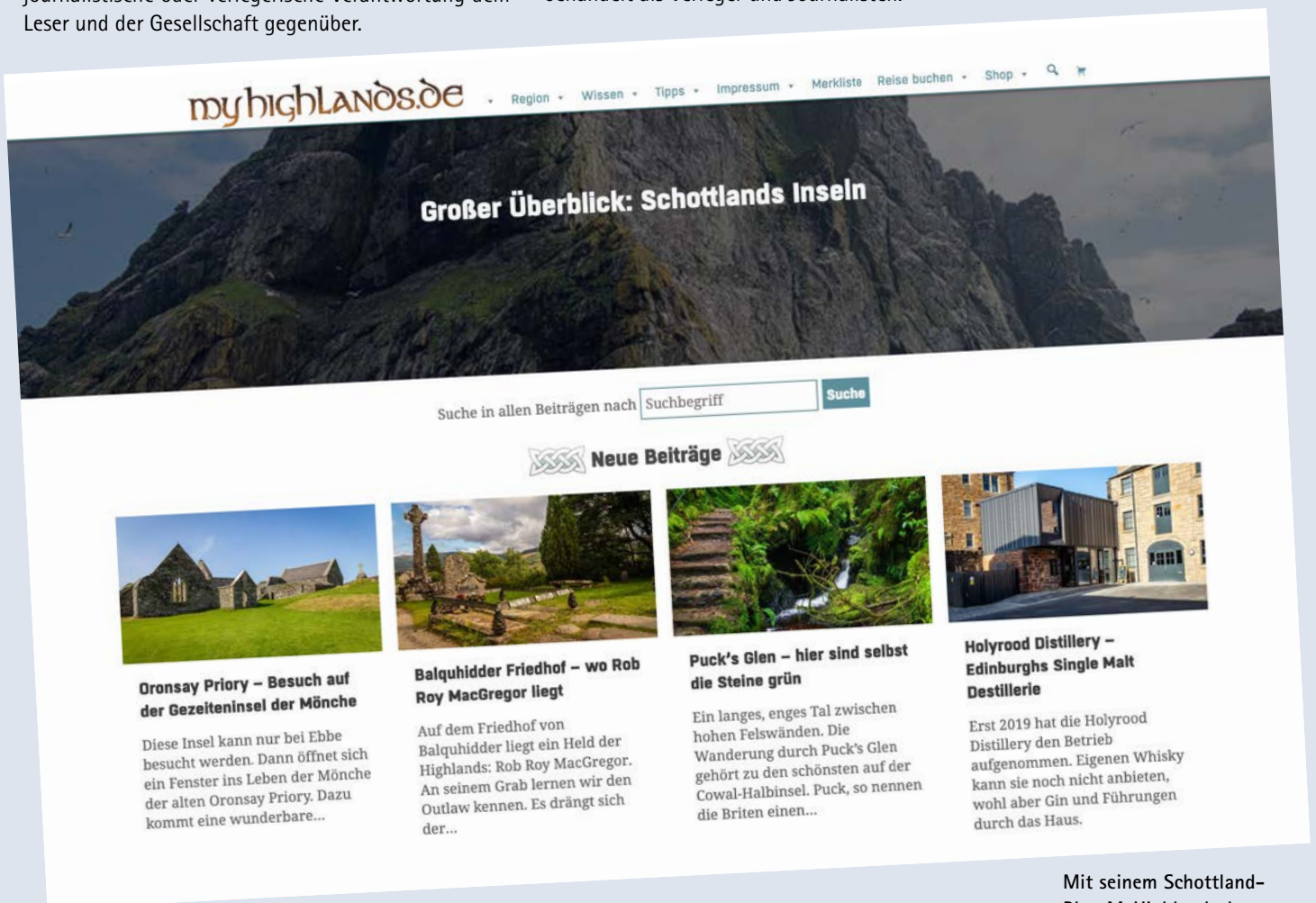
Die klaren Regeln im Journalismus sind eben nur vermeintlich klar, weil es sich dabei eher um traditionelle Auffassungen handelt, die außer Acht lassen, dass sich der Journalismus gewandelt hat und in vielen Medien Leute arbeiten, die mit dem klassischen Journalistenbild nur noch wenig gemein haben; teils mangels Ausbildung, teils weil Redaktionen immer mehr geprägt sind von ökonomischen Zwängen und nicht mehr durch journalistische oder verlegerische Verantwortung dem Leser und der Gesellschaft gegenüber.

Medien. Tatsächlich gibt es wahrscheinlich auf beiden Seiten genauso viele weiße wie schwarze Schafe, genauso viele Unabhängige und Idealisten wie Abhängige und Pragmatiker.

Die fehlende Institutionalisierung kommt aber auch mit einem hohen Preis: Bloggende stehen in aller Konsequenz für ihre Inhalte selbst gerade. Keine Rechtsabteilung springt für sie in die Bresche, kein Verantwortlicher im Sinne des Presserechts zieht den Zorn des Gesetzes auf sich, keine Kriegskasse schirmt das private Vermögen ab. Was Bloggende trifft, trifft sie mit voller Wucht.

Und hier wird es dann auch ungerecht. Denn obwohl es Blogger gibt, die klar dem Auftrag des Journalismus nachgehen, werden sie sogar vor dem Gesetz anders behandelt als Verleger und Journalisten. →

**Was ist ein Blogger?
Ein selbstbestimmter
und eigenverantwortlicher
Publizist
im Internet.**



Vielleicht packen wir den Unterschied zwischen Bloggenden und Journalisten tatsächlich damit: Bloggenden fehlt die Institutionalisierung. Während andere Medien-Schaffende von Medien-Akademien abgehen und in Medien-Häusern arbeiten, wirken Bloggende eher als freie Radikale. Sie vereinen zudem ganze Abteilungen von Medienhäusern in sich: Technik, Vertrieb, Anzeigen und Redaktion.

Das führt dazu, dass Bloggende in manchen Konstellationen faktisch unabhängiger von äußerer Einflussnahme agieren können als Journalisten in klassischen

Sehr kritisch ist beispielsweise das von der Bundesregierung geplante „Influencer-Gesetz“ zu sehen, das keinerlei Differenzierung vornimmt, sondern quasi alles, was nicht klassischer Journalismus ist, augenscheinlich als „Influencer“ qualifiziert und damit Maßstäbe anlegt, die zu regelrecht absurder Ungleichbehandlung führen. (1)

Während Journalisten sich beispielsweise auf Presse-reisen einladen lassen dürfen, sollen Nicht-Journalisten die Berichterstattung über Reisen, die auf Einladung erfolgt sind, als „Werbung“ kennzeichnen müssen, →

Mit seinem Schottland-Blog MyHighlands.de informiert Stephan Goldmann auch über versteckte Schönheiten der europafreundlichsten Region Großbritanniens.





weil die Einladung als „Gegenleistung“ definiert wird. Dies würde für Journalisten nicht gelten, weil für sie das „Influencer-Gesetz“ nicht gelten soll.

Ein weiteres Beispiel: Das Leistungsschutzrecht ist zwar weder auf deutscher noch auf europäischer Ebene wirklich relevant, doch hier schließt der (europäische) Gesetzgeber Blogger sogar ganz explizit vom Presseprivileg aus (2). Warum eigentlich?

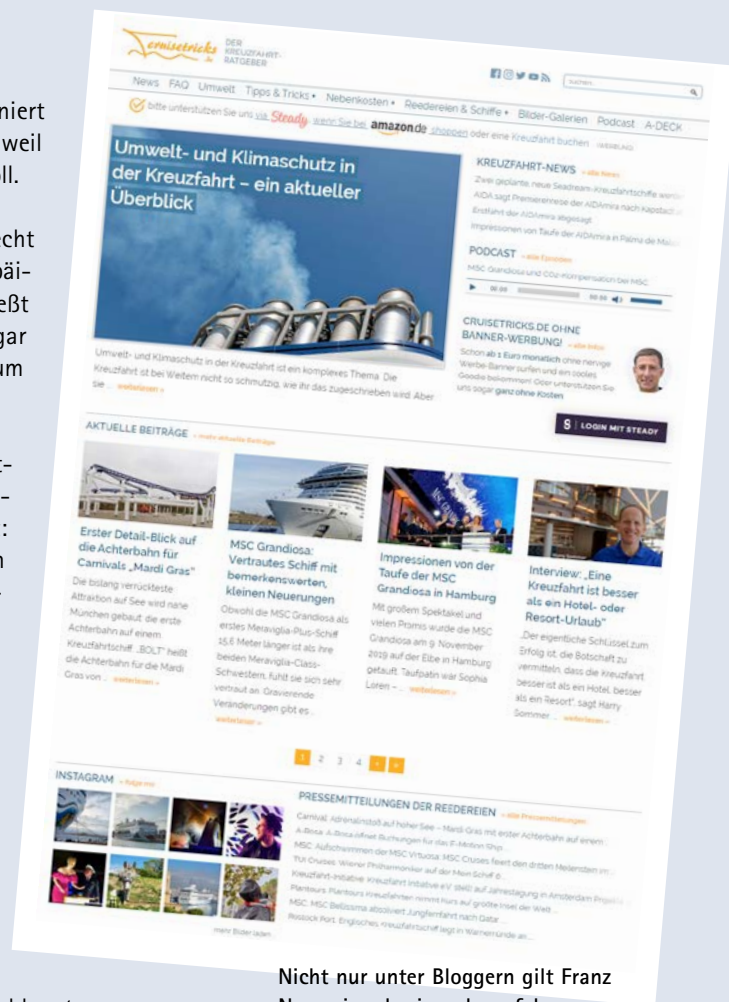
Ungerechtfertigte und die Medienvielfalt deutlich einschränkende Ungleichbehandlung findet aber auch in subtilen Dimensionen statt: Regularien und Vorschriften, die von großen Medienkonzernen halbwegs problemlos umgesetzt werden können, können bei Bloggern die Existenz vernichten, weil es schier unmöglich ist, diese Vorschriften zu erfüllen, und nötige und sinnvolle Ausnahmen nicht existieren. Offenbar nimmt der Gesetzgeber die veränderte Medienlandschaft nicht wahr oder lässt sich die Gesetze von Medienkonzernen diktieren, deren Interesse es ist, Blogger als lästige Konkurrenz um Leser und Werbebudgets möglichst klein zu halten.

Beispiel: Die Datenschutzgrundverordnung (3). Oder die geplante und lange verschleppte ePrivacy-Richtlinie, die möglicherweise Vorschriften zu Cookies vorsieht, die Blogger vor ein technisch nahezu unlösbares Problem stellen – zumal der EuGH sich kürzlich in einem Urteil auf diese Pläne bezog und bereits vor Verabschiedung der Richtlinie Fakten geschaffen hat.

Und noch weiteres Ungemach droht aus Brüssel: Die Anti-Terrorpropaganda-Verordnung wird derzeit verhandelt. Der Stein des Anstoßes darin sind die Löschanordnungen. Anbieter von Diensten und Plattformen im Internet – egal ob es sich um kleine Blogs oder große Socialmedia-Netzwerke handelt – müssen innerhalb einer Stunde nach Eingang einer Löschanordnung Inhalte vom Netz nehmen, wenn eine nationale Behörde diese stellt. Dies zu gewährleisten, dürfte schon großen Firmen schwerfallen, Bloggende können da eigentlich nur ihre Kommentarfunktionen komplett abstellen.

Diese Verordnung, die nach Verabschiedung direkt in nationales Recht übergehen würde, ist aus vielen Punkten kritisch zu sehen: die Definition von Terror ist ebenso unklar wie die Grenzen, in denen Behörden handeln dürfen. Dediziert ausgenommen von all dem sind (noch) ... journalistische Angebote.

Was aber geht der Schmerz der Bloggenden die Journalisten an? Nun: Irgendwann muss sich jeder Journalist entscheiden, was ihm wichtig ist: Tatsächlich eine ausgewogene und weite, aber geschützte Medienlandschaft, oder eine protegierte Klasse an Publizisten unter dem Mantel von gewinnorientierten oder massenfinanzierten Häusern?



Nicht nur unter Bloggern gilt Franz Neumeier als einer der erfahrensten Kreuzfahrt-Journalisten. Seine Expertise ist auch in traditionellen Medienhäuser gefragt.



Foto: Katrin Goldmann

Stephan Goldmann (47) ist selbstbestimmter Publizist, Buchautor und Content Marketing Consultant. Er ist Vorsitzender des Bloggerclub e.V., dessen Ziel es ist, den Bloggenden in Deutschland eine Stimme zu geben und sie zu vernetzen.



Franz Neumeier (50) ist zugleich Journalist und Blogger. Er hat viele Jahre als Chefredakteur für Computerzeitschriften gearbeitet. Seit 2009 schreibt und bloggt er als freier Journalist über Kreuzfahrt-Themen. Er ist Vorstandsmitglied des Bloggerclub e.V. und seit über 25 Jahren Mitglied im PresseClub.

Das Ermutigende: Wenn es hart auf hart kommt, stellen sich viele Medien und Journalistenverbände hinter Bloggende (4). Nicht zuletzt der Fall um den Vorwurf des Landesverrats durch Netzpolitik.org hat das gezeigt. Auch der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte stellte damals klar, dass es keine journalistische Institutionalisierung brauche, um als wichtiger Teil einer öffentlichen Debatte zu gelten. Im Großen und Ganzen allerdings dreht sich der Diskurs in und um die Gesetzgebung stets noch um die Bedürfnisse und Möglichkeiten der klassischen, institutionalisierten Medien.

Das zu ändern, den Bloggenden eine Stimme zu verleihen, dafür steht der Bloggerclub e.V. Dass er sich auch mit Unterstützung des Münchner PresseClubs gegründet hat, zeigt, dass hier das nötige Verständnis für eine freie Medienlandschaft, die für neue Impulse sorgt, bereits gelebt wird. ■

Quellen:

- (1) <https://www.bloggerclub.de/neues-influencer-gesetz-der-schwierige-begriff-der-gegenleistung/>
- (2) <https://www.bloggerclub.de/die-neue-eu-urheberrechts-richtlinie-und-was-blogger-darueber-wissen-sollten/>
- (3) <https://www.bloggerclub.de/eu-macht-bloggen-kaputt/>
- (4) <https://www.faz.net/aktuell/politik/staat-und-recht/gastbeitrag-blogger-sind-blogger-journalisten-13782131.html>