



# Finanzierung journalistischer Aktivitäten durch gemeinnützige Organisationen in den USA

*Professor Lewis A. Friedland*

*Direktor des Center for Communication and Democracy University of Wisconsin-Madison*

*und*

*Magda Konieczna*

*Doktorandin, University of Wisconsin-Madison*

---

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>Vorwort Prof. Holger Wormer (Studienauftraggeber)</b> .....	<b>2</b>
<b>Dr. Heribert Prantl: Die Zeitung ist wichtiger als die Deutsche Bank</b> .....	<b>6</b>
<b>Vorwort Active Philanthropy (Studiendurchführung)</b> .....	<b>10</b>

**Prof. Lewis A. Friedland/ Magda Konieczna: Finanzierung journalistischer Aktivitäten durch gemeinnützige Organisationen in den USA**

<b>Einführung</b> .....	<b>12</b>
<b>Historischer Abriss stiftungsfinanzierter journalistischer Kommunikation</b> .....	<b>13</b>
<b>Spendenengagement der US-amerikanischen Stiftungen</b> .....	<b>14</b>
Die großen US-amerikanischen Stiftungen .....	15
John S. and James L. Knight Foundation .....	15
Ford Foundation .....	18
John D. and Catherine T. MacArthur Foundation .....	18
Bill and Melinda Gates Foundation .....	19
Rockefeller Foundation .....	19
Rockefeller Brothers Fund .....	20
Pew Charitable Trusts .....	20
Carnegie Corporation of New York .....	21
Open Society Institute .....	22
William and Flora Hewlett Foundation .....	23
McCormick Foundation .....	23
Familienstiftungen .....	24
Donald W. Reynolds Foundation .....	24
Ethics and Excellence in Journalism Foundation .....	24
William Penn Foundation .....	25
Omidyar Network .....	25
<b>Medienpraxis und angewandter Journalismus</b> .....	<b>26</b>
Förderung neuer Medien .....	26
The Institute for Interactive Journalism: J-Lab .....	27
Bürgerstiftungen .....	28
Investigativer Journalismus .....	29
Center for Investigative Reporting .....	29
ProPublica .....	30
Center for Public Integrity .....	31
Pulitzer Center on Crisis Reporting .....	32
Sonderfonds und Netzwerke .....	32
Investigative Projekte auf bundesstaatlicher Ebene .....	33
The Huffington Post .....	34
Sunlight Foundation .....	34
Stiftungsfinanzierung für Themen-Journalismus .....	35
Kaiser Health News .....	35
Stateline .....	36
<b>Schlussfolgerung</b> .....	<b>37</b>
<b>Exkurs: Deutsche Stiftungen und Journalismusförderung</b> .....	<b>40</b>
<b>Bibliographie &amp; Impressum</b> .....	<b>47</b>

# Vorwort Prof. Holger Wormer

---

## Eine Demokratie

„Zeitungen sind systemrelevant. Sie sind systemrelevanter als die HRE-Bank, als die Deutsche und die Dresdner Bank. Sie sind sehr viel systemrelevanter als Opel und Arcandor. (...) Das System, für das sie alle relevant sind, heißt nicht Marktwirtschaft, nicht Finanzsystem und nicht Kapitalismus, sondern Demokratie.“ Dieses klassische Modell der Medien als „vierte Säule“ (Rousseau) im politischen System, das Heribert Prantl in der Süddeutschen Zeitung skizziert hat, ist aktueller denn je.

Ein erster Blick in die USA zeigt mit besonderer Dramatik, wie schnell die Erosion der einst womöglich stabilsten demokratischen Säule der Welt voranschreiten kann. Selbst Millionenstädten wie Chicago droht das Schicksal, ihren demokratischen Diskurs auf Dauer ohne eine einzige lokale Tageszeitung führen zu müssen; im Netz werden die zahlreichen Nachrufe auf amerikanische Printmedien auf einer Seite mit dem bezeichnenden Namen „newspaper-deathwatch.com“ gesammelt.

Ein zweiter Blick in das Mutterland des investigativen (!) Journalismus zeigt aber noch etwas anderes: Während die Schreckensmeldungen von der Bedrohung der medialen Debattenkultur in Deutschland vielerorts fast gleichgültig zur Kenntnis genommen werden, nimmt man die Bedrohung in den USA offensichtlich ernster – und das nicht nur, wegen des bisher ungleich größeren Ausmaßes.

Der erste wie der zweite Blick gemeinsam waren der Grund, warum die von uns in Auftrag gegebene Studie zunächst die amerikanische Situation analysiert, bevor sie das entsprechende Potenzial von Stiftungen in der deutlich jüngeren Demokratie diesseits des Atlantiks aufzeigt. Demnach haben Stiftungen in den USA frühzeitig auf die Bedrohung reagiert. Und interessanterweise reagieren sie nicht nur auf kosmetischer Ebene, indem sie etwa Journalisten-

preise ausschreiben und vielleicht kurzfristig einzelne Sparten mit „Anschubfinanzierungen“ (oft dem Gegenteil von Nachhaltigkeit) fördern. Vielmehr machen sich viele Lenker in amerikanischen Stiftungen sehr systematisch Gedanken darüber, wie man breite Bevölkerungsschichten mit Hilfe des Journalismus über gesellschaftlich relevante Debatten informiert hält (etwa bei der Kaiser Family Foundation: [www.kff.org](http://www.kff.org)). Und sie denken darüber nach, wie jenseits des Strukturwandels in den Medien das erhalten bleiben kann, was Medien für eine Demokratie unentbehrlich macht (etwa bei den vielschichtigen Versuchen der Knight Foundation, Qualität im Journalismus systematisch zu fördern). Denn das wird – auch von Journalisten – gerne übersehen am Modell der vierten Säule im Staate: Die Tragfähigkeit dieser Säule hängt nicht nur von ihrem bloßen Umfang, von der Zahl der verschiedenen Medien, sondern auch von ihrer Substanz ab. Kurz: von der journalistischen Qualität und Professionalität.

Journalistische Professionalität ist unverzichtbarer Bestandteil einer funktionierenden Demokratie. Ohne gute Journalisten, die nachhaltig recherchieren, aufdecken, verschiedenste Prozesse über lange Zeiträume beobachten, eine große Themenvielfalt im Blick halten und seriöse Information von interessen geleiteter PR unterscheiden, kann eine Zivilgesellschaft nicht gedeihen. Erschwerend kommt dabei hinzu, dass die Aufgaben der vierten Säule (auch vierte Gewalt genannt) eher noch komplexer geworden sind. WDR-Chefredakteur Jörg Schönenborn hat daher vor einigen Jahren sogar Zweifel angemeldet, ob das Wort von der Vierten Gewalt wirklich noch den richtigen Punkt trifft: „Das Modell der Gewaltenteilung stammt ja aus den Zeiten, als staatliche Gebilde noch in jeder Hinsicht echte Grenzen hatten (...). Was wir heute erleben, ist aber ein erheblicher Verlust an Gestaltungsmacht bei Regierungen und Parlamenten angesichts der Auflösung

---

# ohne Schiedsrichter?

von Grenzen. (...) Die ‚Vierte Gewalt‘ hätte also viel mehr zu überprüfen als nur das Handeln der anderen drei. (...) Die wirklich relevanten Enthüllungsgeschichten der Zukunft werden in der Wirtschaft, in den Entwicklungslabors von Forschung und Industrie und in der verzweigten Behördenlandschaft der Europäischen Union spielen.“

Die Gegenfrage aus der Social Media-Community, der Facebook-, Blogger- oder Twitter- et.al.-Gemeinde lautet indes: Muss diese Rolle der vierten Säule in der Demokratie überhaupt noch von Journalisten und Medien im klassischen Sinne erfüllt werden? Oder reicht es im Zeitalter der „social media“, der „-pedias“ und „-leaks“ nicht aus, dass Informationen jedweder Richtung von den jeweiligen Akteuren direkt ins Netz gestellt werden. Diskussion und Analyse könnte dann theoretisch die Community all dieser „Bürgerjournalisten“ übernehmen und einer demokratischen Teilhabe wäre somit ebenfalls genüge getan.

Jenseits der Basisdemokratischen Fraktion der „new“ und „social media“ wittern aber auch Kommunikations-Experten (mit übrigens äußerst unterschiedlicher Expertise) von Unternehmen, Stiftungen, Vereinen ebenso wie aus der Politik die Möglichkeiten einer direkten, Journalisten-freien Kommunikation via Web, um ihre Botschaften direkt an Mann und Frau zu bringen. „Web 2.0“ heißt für sie die Zauberformel, mit denen die unbequeme Macht der alten Medien gebrochen und der direkte Zugang zu den Märkten, zum Endnutzer, zum Rezipienten erreicht werden soll.

Die Idee der „direct-to-consumer“-Kommunikation ist aber nur auf den ersten Blick ein praktikables oder gar viel versprechendes Modell. Ob es nun die tatsächlich hehren Ziele von Stiftungen und basisdemokratischer Bürgerjournalisten oder knallhart Geschäftsinteressen sind: Das bewährte Modell der

Massenmedien bleibt den neuen Ansätzen in vielerlei Hinsicht überlegen. Hierfür gibt es mindestens vier Gründe:

**Das Ressourcenproblem:** Im Idealfall ist der Journalist ein Schiedsrichter in der Demokratie. Wie jeder Schiedsrichter wird er regelmäßig Fehlentscheidungen treffen. Und er wird nicht im Sinne eines bestimmten Teams pfeifen – nicht einmal dann, wenn es eindeutig das bessere Team, das mit den besseren Zielen ist. Das bedeutet aber auch, dass er in allen Fällen darauf achten wird, dass die jeweilige Gegenseite die Regeln einhält. In einer Welt, die nur noch aus Kommunikationsstrategen und Gegenkommunikationsstrategen aller Lager bestünde, würde es zu einer gewaltigen Verschwendung von Ressourcen kommen. Was bisher die Journalisten in den Medien übernehmen, nämlich die Beobachtung aller Lager der Konkurrenz und ggf. deren öffentliche Darstellung, fiel dann allein dem jeweils eigenen Hause zu (Arbeitsmotto: jeder gegen jeden). Das aber würde einen enormen Aufwand für jedes einzelne Unternehmen, für jede einzelne Institution bedeuten – sofern sie dafür auch nur annähernd ausreichend qualifiziertes Personal finden könnte.

**Das Vermittlungsproblem:** Das gegenwärtige qualifizierte Personal in den Medien hat oft viele Jahre studiert, immer häufiger promoviert, unzählige Praktika, ein Volontariat und womöglich zusätzlich eine Journalistenschule absolviert. Und dennoch misslingt ihm, wie in den Medien Tag für Tag deutlich wird, eine ganze Menge. Wie aber sollen dann Laien-Journalisten oder selbst ernannte Kommunikations-Experten jenseits von Einzelerfolgen das schaffen, was einer Heerschaar von oft weitaus besser ausgebildeten und erfahrenen Journalisten bis heute oft nicht gelingt? Warum etwa erreichen selbst die besten Wissenschaftskommunikatoren unter den Wissenschaftlern in der Regel vor allem ihresglei-

---

chen oder bestenfalls die oberen 10-Prozent der Bildungsbürger in der Gesellschaft, aber fast nie die jungen und vor allem „bildungsfernen Schichten“?

**Das Fragmentierungsproblem:** Nicht besser, und dies ist ein weiterer Grund für das programmierte Scheitern, sieht es aus einer quantitativen statt qualitativen Rezipientenperspektive aus. Wirtschaftlicher Erfolg (man nehme etwa die Pharma- oder die Autoindustrie) gründet sich von wenigen Nischen abgesehen auf Massenproduktion, auf den Erfolg von Blockbustern mit Millionenreichweiten. Wieso sollte sich ein solches Wirtschaftssystem nun ausgerechnet im Bereich der Medien und der Kommunikation auf einen fragmentierten Markt setzen, in dem sich eine Nische von einigen Hundert bis einigen Tausend Nutzern an die andere reiht? Die eigene Botschaft einer Institution, selbst die wichtigste Botschaft von allen an einem bestimmten Tag, die es bisher noch oft in die Multiplikatorkanäle der Medien schaffte, wird womöglich im Rauschen der allgemeinen Botschaftsinflation untergehen. „Jeder Siebte liest BILD.“, lautete einst das Motto eines Werbespots der Bildzeitung im Jahr 2000. Die Kinowerbung illustrierte diese Tatsache in Anlehnung an ein bekanntes Märchen mit entsprechend vielen Zwergen. Unabhängig von der Qualität dieses Mediums mit einer Reichweite von damals mehr als zehn Millionen: Wer auf die Massenmedien künftig verzichten will, muss sich mit der Tatsache der Zwergenkommunikation in ganz anderem Sinne anfreunden.

**Das Glaubwürdigkeitsproblem:** Schon vor der magischen Anziehungskraft des „Web 2.0“ gab und gibt es zahlreiche Versuche der direkten Kommunikation aller möglichen Institutionen mit dem Endnutzer – in Form von Anzeigen, Spots, Broschüren

usw. Und dennoch haben bisher die wenigsten Einrichtungen auf ihre Pressearbeit verzichtet und sich ganz dem Marketing hingegeben. Denn naturgemäß war die Glaubwürdigkeit einer Botschaft im redaktionellen Teil der Medien, die alle Hürden der journalistischen Prüfung passiert hatte, immer größer als die schönste Broschüre oder der originellste Spot. Mehr noch: Selbst bei Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften greifen Marketingstrategen oft gerne auf Formen zurück, die bis auf geringe Abweichungen im Layout und dem verschämten Wort „Anzeige“ in 8-Punkt-Schriftgröße oben rechts die Anmutung einer redaktionellen Seite haben. Und das sicherlich nicht, weil diese Anmutung schöner war als die Ideen der hochbezahlten Werbefrafer, sondern weil sie glaubwürdiger war bzw. aussah.

**Schon auf Grund dieser vier Faktoren**, die nur einen Teil der natürlichen Beschränktheit der „direkten“ Kommunikation umreißen, können Institutionen, die an einer vernünftigen öffentlichen Debattenkultur interessiert sind, nicht auf ein funktionierendes Mediensystem verzichten. Für Stiftungen gilt dies in besonderem Maße, haben sie doch im Kern nichts anderes zu verkaufen als gute Argumente und hehre Ziele. Aus den genannten Gründen werden aber auch sie nicht selbst in der Lage sein, die Reichweiten, die Akzeptanz und die Professionalität der Ansprache breiter Bevölkerungsschichten zu garantieren. Wirksame Kommunikation mit der Öffentlichkeit ohne Massenmedien ist eine Illusion. (Was wäre selbst Wiki-Leaks ohne die mannigfache Multiplikation, aber auch die Kritik durch die klassischen Medien?) Freilich: Journalisten tun in ihrer Schiedsrichterrolle (siehe oben) nicht immer das, was eine Stiftung – und sei es mit noch so edlen Zielen – von ihnen möchte. Aber genau das ist ihre Stärke.

---

**F**azit: Wir müssen dringend darüber nachdenken, wie wir guten Journalismus als Kernbestand eines funktionierenden demokratischen Gemeinwesens erhalten und stärken können. Und wir müssen, inspiriert von den Stiftungen in den USA, auch in Deutschland jetzt darüber nachdenken, weil es einige Zeit lang dauert, bis man auf diese fundamentale Frage tragfähige Antworten findet. Wir müssen deshalb jetzt auch einige experimentelle Wege beschreiten, die die etablierten Medien von selbst nicht gehen können oder wollen. Wir dürfen nicht

warten, bis die Erosion eine wichtige Säule der Demokratie, das Fundament einer funktionierenden Presselandschaft bereits nachhaltig beschädigt hat. Denn es ist viel schwerer, etwas wieder herzustellen, was schon zerstört ist, als etwas zu erhalten und mit neuer Substanz zu versehen. In einem Land, in dem man sogar Schlaglöcher auf maroden Straßen adoptieren kann, sollte es daher möglich sein, Stifter zu finden, die der vierten Säule der Demokratie wieder zu jener Tragfähigkeit mit verhelfen, wie es ihrer eingangs zitierten Systemrelevanz entspricht. Die vorliegende Studie ist ein erster Baustein dafür.

**Dortmund, im Frühjahr 2011**

**Univ.-Prof. Holger Wormer**

*Lehrstuhl Wissenschaftsjournalismus, Techn. Universität Dortmund*

**tu dortmund**  
institut für   
journalistik



## Die Zeitung ist wichtiger

Warum und wie der Journalismus eine gute und eine große Zukunft hat: Leidenschaft statt Larmoyanz, Haltung statt Beliebigkeit

Zeitungen sind systemrelevant. Sie sind systemrelevanter als die HRE-Bank, als die Deutsche und die Dresdner Bank. Sie sind sehr viel systemrelevanter als Opel und Arcandor. Die Süddeutsche Zeitung ist systemrelevant, die FAZ, der Spiegel, die Zeit, die Welt, die Frankfurter Rundschau und die taz. Viele andere sind es auch. Das System, für das sie alle relevant sind, heißt nicht Marktwirtschaft, nicht Finanzsystem und nicht Kapitalismus, sondern Demokratie. Und die Presse in all ihren Erscheinungsformen, gedruckt, gesendet, digitalisiert, ist eine ihrer wichtigsten Gestaltungskräfte. Der Beweis für die Systemrelevanz der Presse ist 177 Jahre alt.

Diese Geschichte der deutschen Demokratie beginnt 1832 auf dem Hambacher Schloss, bei der ersten deutschen Großdemonstration. Ihr Hauptorganisator war unser journalistischer Urahn Philipp Jakob Siebenpfeiffer, geboren im Revolutionsjahr 1789. Als die Regierung seine Druckerpresse versiegelte, verklagte er sie mit dem Argument: Das Versiegeln von Druckerpressen sei genauso verfassungswidrig wie das Versiegeln von Backöfen. Das ist ein wunderbarer Satz, weil darin die Erkenntnis steckt, dass Pressefreiheit das tägliche Brot ist für die Demokratie. Das Bundesverfassungsgericht hat das in großen Urteilen bestätigt. Im Spiegel-Urteil von 1965, im Cicero-Urteil von 2007.

Das täglich Brot kommt natürlich auch von den öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten. Die Anerkennung ihrer Systemrelevanz sind die Rundfunkgebühren. Verglichen mit dem, was sie schon an Rundfunkgebühren erhalten haben, ist das Milliardenkonjunkturpaket für die Wirtschaft der

Jahre 2008/2009 gar nicht mehr so gewaltig. Aber für dieses Geld liefert der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht nur das täglich Brot, sondern auch allerlei Kleingebäck: Süßzeug, Hörnchen mit Quark und Plunder mit Frischkäse.

Diese Darlegungen zur Systemrelevanz der gedruckten Presse sind kein Plädoyer für deren Staatsfinanzierung. Nein, keine Solidaritätsabgabe für die Presse, keine Staatsbürgerschaft, kein Hilfspaket und keinen Notgroschen. Den Zeitungen fehlte es gerade noch, dass es bei ihnen zugeht wie beim ZDF - dass also die politischen Parteien glauben, sie könnten sich nicht nur den Chefredakteur beim ZDF, sondern auch noch den bei der taz aussuchen. Davon abgesehen müsste es, um ein staatliches Hilfspaket für die Zeitungen zu rechtfertigen, wirkliche Existenznot geben. Sie wird zwar allenthalben beklagt, doch es gibt sie so nicht. Die Existenzkrise, ja Todesnähe der Zeitungen oder gleich gar des professionellen Journalismus gehört zu den Hysterien, die in den Medien noch besser gedeihen als anderswo. Der Kikeriki-Journalismus, die aufgeregte Kräherei, kräht nun das eigene Ende herbei. Man schreibt sein eigenes Produkt schlecht, so lange, bis es alle glauben.

Selbst der Philosoph Jürgen Habermas und Dieter Grimm, der frühere, für die Pressefreiheit zuständige Bundesverfassungsrichter, haben für eine Staatsfinanzierung von Zeitungen geworben. Sie glaubten und glauben an die existentielle Not von Zeitungen - und ihre Antwort darauf ist eine fast verzweifelte demokratische Liebeserklärung. Doch die deutschen Zeitungen brauchen kein Staatsgeld. Sie brauchen Journalisten und Verleger, die ihre Arbeit ordentlich machen. Sie brauchen Journalisten, die neugierig, unbequem, urteilskräftig, selbstkritisch und integer sind. Sie brauchen Verleger, die einen solchen Journalismus schätzen, die also von ihren Zeitungen

---

# als die Deutsche Bank

mehr wollen als Geld, die stolz sind darauf, dass sie Verleger sind; und denen dieser Stolz mehr bedeutet als zwei Prozent mehr Gewinn. Und sie brauchen Leserinnen und Leser, denen die gute journalistische Arbeit etwas wert ist - womöglich viel mehr als die Abo-Kosten von heute, um so einbrechende Anzeigenerlöse auszugleichen.

Die deutsche Publizistik hat sich von der US-Zeitungsdepression lustvoll anstecken lassen. Man tut so, als sei es gottgegeben, dass der „state of play“ in den USA auch der „Stand der Dinge“ in Deutschland ist. Das US-Zeitungswesen ist der Wall-Street-Theorie zum Opfer gefallen, wonach man den Profit dadurch maximiert, indem man das Produkt minimiert. Die US-Zeitungen sind an die Börse gegangen und dann an der Börse heruntergewirtschaftet worden. Der Wert der Zeitungen wurde von der Wertschätzung nicht der Leser, sondern der Aktionäre abhängig gemacht. An immer mehr Zeitungen haben die Investmentfonds wesentliche Aktienanteile gehalten.

Das war und ist der eine Grund für die US-Zeitungs-misere. Der andere hat vielleicht auch mit diesem einen zu tun: Die US-Zeitungen haben in der Bush-Ära fast komplett versagt. Die Blogs waren daher nichts anderes als eine demokratische Not- und Selbsthilfe. Blogger haben die kritischen Analysen und Kommentare gegen Bush und den Irak-Krieg geschrieben, die man in den Zeitungen nicht lesen konnte. Ein guter Journalismus muss wegen der Blogger nicht Zähneklappern kriegen. Er kann dem Blog dankbar sein, weil er Lücken substituiert und Fehler aufzeigt.

Man kann viel lernen aus der US-Zeitungsdepression. Vor allem, was man tun muss, um nicht in eine solche Depression zu geraten. Da muss man einiges tun: Vielleicht muss zuallererst an die Stelle von Lar-

moyanz wieder Leidenschaft treten. Und überhaupt: die Blogs, das Internet. Warum sollte man sich vor der digitalen Huffington Post fürchten? Sie macht das, was eine gute deutsche Zeitung auch macht: ordentlichen Journalismus. Man sollte endlich damit aufhören, Gegensätze zu konstruieren, die es nicht gibt - hie Zeitung und klassischer Journalismus, da Blog mit einem angeblich unklassischen Journalismus. Der gute klassische ist kein anderer Journalismus als der gute digitale Journalismus. Die Grundlinien laufen quer durch diese Raster und Cluster: Es gibt guten und schlechten Journalismus, in allen Medien.

Guter Journalismus hat große Zeiten vor sich: Noch nie hatten Journalisten ein größeres Publikum als nach der digitalen Revolution. Noch nie war Journalismus weltweit zugänglich. Und es gab wohl noch nie so viel Bedürfnis nach einem orientierenden, aufklärenden, einordnenden und verlässlichen Journalismus wie heute. Es ist nämlich so: Die Ausweitung des wissbaren Wissens durch das Netz wird auf Kosten ihrer Vertiefung verwirtschaftet. Die Datenmenge nimmt zu, aber die Datenverarbeitung bleibt aus. Da kommt dem Journalismus eine neue Aufgabe zu: Gegen Datentrash hilft nur Reflexion und Hintergrundbildung. Daher muss der Print-Journalismus auf die Medienrevolution auch mit der Erfindung neuer „Formate“ reagieren, in denen er eine Aschenputtel-Aufgabe wahrnimmt: Die guten ins Töpfchen, die schlechten ins Kröpfchen. Die Töpfchen, das sind die neuen Formate, in denen die Datenmenge des Web sortiert und bewertet wird.

Der Amateur-Journalismus, der in den Blogs Blüten treibt, ist kein Anlass für professionellen Griesgram. Dieser Amateur-Journalismus bietet Chancen für eine fruchtbare Zusammenarbeit. Er ist ein demokratischer Gewinn. Diese Blogger erinnern an die bürgerlichen Revolutionäre von 1848/49, die Kom-

---

munikationsrevolution heute erinnert an die vor 160 Jahren. Damals entstand durch die explosionsartige Ausbreitung der Presse und durch das neue Verkehrsmittel Eisenbahn ein neuer, größerer Erfahrungsraum. In Deutschland wurde auf diese Weise die Intellektuellen-Idee eines gemeinsamen deutschen Vaterlandes zu einer erfahrbaren Realität. 1848 steht für einen politischen Lernprozess, der Hunderttausende Menschen einbezog und ihnen Möglichkeiten zur politischen Partizipation gab. Heute, 160 Jahre später, bietet die digitale Revolution diese Möglichkeit wieder. Blogs sind „mehr Demokratie“ - bei allen Unwägbarkeiten. Soll da wirklich der professionelle Journalismus die Nase hochziehen, so wie es vor 160 Jahren die etablierten fürstlichen Herrschaften und die monarchischen Potentaten getan haben?

Wie wird der Journalismus morgen aussehen? Wer über die Zukunft reden will, muss die Vergangenheit kennen. Henri Nannen, Rudolf Augstein, Axel Springer - bei allen Differenzen und Unterschieden wussten sie, dass der Journalismus eine Aufgabe hat, die über das Geldverdienen hinausgeht. Es ist wichtig, dass Journalistenschüler und Volontäre nicht nur lernen, wie der „Crossover-Journalismus“ funktioniert, dass sie nicht nur lernen, wie man effektiv und schnell schreibt und produziert, sondern dass sie auch erfahren, dass es journalistische Vorbilder gibt - und warum sie es sind und wie sie es wurden. Warum? Weil sie nicht nur wunderbare journalistische Handwerker waren, weil sie nicht nur kluge Verleger waren - sondern weil sie eine Haltung hatten.

Haltung: das Wort ist aus der Mode gekommen. Haltung heißt: für etwas einstehen, Haltung heißt: sich nicht verbiegen lassen, nicht von kurzfristigen Moden, nicht von unrealistischen Renditeerwartungen, nicht von Bilanzen. Wenn die journalistische Bilanz der Zeitung, eines Medienunternehmens stimmt, dann stimmt langfristig auch die ökonomische. Zur angemessenen journalistischen Haltung heute gehört auch, sich gemeinsam zu überlegen, wie man auf „kreative“ Weise sparen kann. Das heißt: Man muss sich darüber klar werden, was eine Presse braucht, die ihre Freiheit gegen die Ökonomisierung von Nachrichten- und Medienmärkten politisch verteidigen will. Es hat einen Grund, warum es das Grundrecht der Pressefreiheit gibt: Pressefreiheit ist Voraussetzung dafür, dass Demokratie funktioniert. Wird dieser Grundsatz nicht mehr geachtet, wird das Grundrecht grundlos. Dann verlieren Zeitungen wirklich ihre Zukunft.

Zuletzt hat sich in Deutschland David Montgomery bemüht, der Berliner Zeitung den Journalismus auszutreiben und aus der Zeitung eine Benutzeroberfläche zu machen, auf der immer weniger von dem platziert wird, was Geld kostet (gute Artikel), aber immer mehr von dem, was Geld bringt (Product-Placement). Das Muster kennt man aus den USA: Journalisten werden entlassen, Korrespondenten eingespart, Redaktionen aufgelöst, eigene Texte durch solche von Agenturen ersetzt oder billig eingekauft. Die Chefredaktion verwandelt sich in eine Geschäftsführung. Geist mutiert in Geistlosigkeit.

---

Man spart, bis die Leser gehen. Es ist wie eine absonderliche Version des Märchens vom Rumpelstilzchen: Es wird - aus Geldsucht und Unverstand - Gold zu Stroh gesponnen. Bei der Berliner Zeitung hat sich das Blatt nun hoffentlich zum Besseren gewendet. Montgomery ist weg, trotzdem muss man befürchten, dass sein Beispiel Schule macht.

Die gute Zukunft der Zeitung sieht anders aus: Die Tageszeitung wird sich des Internets wegen verändern - sehr viel mehr, als die Konkurrenz von Rundfunk und Fernsehen sie verändert hat. Der Inhalt der Zeitung wird ein anderer sein, aber die Zeitung wird erst recht Zeitung sein: Die Texte, die dort stehen, werden Nachrichten im Ursinne sein müssen, Texte zum Sich-danach-Richten. Es wird Texte und Formen geben, die den Datentrash des Internets sortieren, ordnen, bewerten. Das kriegt man nicht umsonst, das kostet. Ein Billigjournalismus ist zum Wegwerfen, nicht zum Lesen.

Viele Zeitungsleute reden über das Internet wie von einem neuen Hunneneinfall. Die Hunnen kamen vor 1500 Jahren aus dem Nichts, schlugen alles kurz

und klein und verschwanden hundert Jahre später wieder. Das Internet schlägt gar nichts kurz und klein. Das ist die Lehre aus jeder mediengeschichtlichen Revolution: Kein neues Medium hat je die alten Medien verdrängt. Es kommt zu Koexistenzen. Das Internet ersetzt nicht gute Redakteure, es macht gute Journalisten nicht überflüssig; im Gegenteil: Es macht sie wichtiger als bisher.

Es wird mehr denn je gelten: Autorität kommt von Autor und Qualität kommt von Qual. Dieser Qualitäts-Satz hängt zwar in der Hamburger Journalistenschule, gilt aber nicht nur für Journalistenschüler. Er meint nicht, dass man Leser und User mit dümmlichem, oberflächlichem Journalismus quälen soll. Qualität kommt von Qual: Dieser Satz verlangt von Journalisten in allen Medien, auch im Internet, dass sie sich quälen, das Beste zu leisten - und er verlangt von den Verlegern, dass sie die Journalisten in die Lage versetzen, das Beste leisten zu können.

## HERIBERT PRANTL

*Süddeutsche Zeitung, 08.06.2009, S. 15 / Ressort: Medien, Rubrik: Hintergrund<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Abdruck mit freundlicher Genehmigung der Süddeutschen Verlag GmbH, München. Der Text referiert in Auszügen den Eröffnungsvortrag, den Heribert Prantl bei der Jahrestagung der Journalistenvereinigung Netzwerk Recherche am Samstag, dem 6.6.2009, in Hamburg gehalten hat.

# Vorwort Active Philanthropy

---

**D**as internationale und auch das deutsche Mediensystem haben in den letzten Jahren tiefgreifende Veränderungen erfahren. Daher stellt sich heute vielfach die Frage, ob die Presse oder der Journalismus die ihnen zugeschriebene Rolle für das Funktionieren demokratischer Gesellschaften noch erfüllen können. Insbesondere die Kritik- und Kontrollfunktion gegenüber Machträgern aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft sowie gegenüber dem Staat an sich scheint auf dem Spiel zu stehen. Durch investigative Recherchen können Medien Korruption oder Missstände aufdecken und durch Kommentare zu aktuellen Themen verschaffen sie der Opposition oder anderen Interessengruppen Gehör. Damit üben die Medien eine nicht zu unterschätzende Kontrollfunktion in einer demokratischen Gesellschaft aus, weshalb sie häufig als die „Vierte Gewalt“ im Staat bezeichnet werden.

Aufgrund wegbrechender Vertriebs- und Anzeigenerlöse, die ursprünglich die Hauptfinanzierungsquelle für die Presse waren, fühlen sich die Medienhäuser heute gezwungen Kosten einzusparen. Damit fällt die investigative Recherche häufig dem Rotstift zum Opfer, denn sie kostet die Verlage Zeit und Geld.

Dieses Dilemma wird als eine dreifache Krise des Journalismus bezeichnet: eine wirtschaftliche Krise, eine Strukturkrise und eine daraus folgende Kreativitätskrise. Als Reaktion darauf suchen Verlagsmanager, Medienchefs und Journalisten heute weltweit nach neuen Wegen und Finanzquellen, um kritischen Journalismus und investigative Recherche auch in Zukunft zu ermöglichen.

In den USA, wo die Finanz- und Medienkrise um ein Vielfaches härter ausgefallen sind als in Europa, ha-

ben sich in den letzten Jahren erfolgreich neue Modelle für Qualitätsjournalismus und investigative Recherche entwickelt. Zumeist werden sie von privaten Stiftungen und Nonprofit-Organisationen getragen, zum Teil auch von ihnen gegründet. Insbesondere seit dem erfolgreichen Launch von „ProPublica“, einer Stiftung, die ausschließlich investigative Recherchen ermöglicht, wird auch in Deutschland immer häufiger die Frage laut, ob und unter welchen Umständen gemeinnützige Stiftungen hierzulande in größerem Umfang qualitativen Journalismus fördern könnten.

Betrachtet man die bisherigen Stiftungsaktivitäten in diesem Segment, fällt vor allem eins in Auge: Bislang ist in Deutschland keine eindeutige Systematik erkennbar. Die Förderung von qualitativem Journalismus erwächst meist aus Aktivitäten, die Stiftungen im Kontext anderer Themen ohnehin betreiben; es handelt sich oft um weit gestreute und damit wenig zielgerichtete Zuschüsse.

Die Förderung von qualitativem Journalismus ist in Deutschland zudem extrem vereinzelt, sie konzentriert sich vielfach auf Preise, Stipendien und Reisen für Journalisten, sie hat kaum Volumen und Tragweite und ist zudem verteilt auf einzelne Akteure. Mit diesen Aktivitäten erzielen deutsche Stiftungen bislang keinerlei systemische Effekte. Dies rührt nicht zuletzt auch aus dem geringen Volumen der Investitionen von deutschen Stiftungen. Vergleicht man die Summen, mit denen amerikanische Stiftungen wie Knight oder Kaiser Journalismus fördern, scheinen die Stiftungsinvestitionen hierzulande kaum nennenswert – Medien als „blind spot“ der Stiftungslandschaft?

Dabei gibt es auch in Deutschland Handlungsbedarf für Stiftungen: Der Strukturwandel der Medien berührt Stiftungsarbeit in mehrfacher Weise. Stiftungen

---

sind auf den Erhalt einer informierten Öffentlichkeit angewiesen, in der sie mit ihren Themen Impulse setzen, in Dialog mit ihren Zielgruppen treten und Resonanz erzeugen können. Ein funktionsfähiges Mediensystem mit einem qualitativ hochwertigen Journalismus ist somit nicht nur Voraussetzung für eine vitale Zivilgesellschaft, sondern auch strukturelle Prämisse für Stiftungsarbeit.

Der gesellschaftliche Nutzen von Stiftungen wird nicht selten mit ihrer Innovationskraft und damit den Möglichkeiten zum Vorantreiben gesellschaftlicher Reformen und der Schaffung einer demokratischen und pluralistischen Gesellschaft begründet. Stiftungen können unabhängig von der Politik und der privaten Marktwirtschaft agieren. Damit sind sie für viele Stifter ein effektiver Hebel, um gesellschaftliche Themen, die ihnen am Herzen liegen, in das Blickfeld der Öffentlichkeit zu rücken und voranzutreiben. Vor diesem Hintergrund wäre ein Engagement von Stiftungen für „Qualität im Journalismus“ eine logische Konsequenz. Vor allem für unternehmerisch denkende und persönlich engagierte Förderer, die einen sichtbaren Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen in Demokratien leisten wollen, könnte dies ein spannendes und lohnendes Betätigungsfeld sein.

Die Stärkung und Verbreitung einer solchen, durch aktives Engagement geprägten, Kultur des Gebens in Europa ist das Ziel von Active Philanthropy. Dafür arbeiten wir vor allem mit Familien und Einzelpersonen zusammen, von denen viele einen unternehmerischen Hintergrund haben. Denn nach unserer

Überzeugung verfügen gerade Unternehmer über das Potenzial, durch Einbringung nicht nur finanzieller Ressourcen, sondern auch ihrer Zeit, ihres Know-how und ihrer Kontakte in ihr Engagement eine größtmögliche Wirkung für die Gesellschaft zu erzielen.

Diese Studie, die ebenfalls von zwei privaten und einem institutionellen Förderer ermöglicht wurde, stellt einen Ausgangspunkt für die Diskussion zur Entwicklung und Erprobung neuer, stiftungsfinanzierter Modelle für Qualitätsjournalismus in Deutschland dar. Durch Analyse und Darstellung des Feldes in den USA hoffen wir, Impulse für einen weiterreichenden Dialog zwischen den Akteuren aus dem journalistischen und dem Stiftungsumfeld in Deutschland geben zu können.

Wir danken den Unterstützern der Studie für ihr Vertrauen im Rahmen der Kooperation mit Active Philanthropy! Unser besonderer Dank gilt dem Leiter und Verfasser der amerikanischen Studie, Professor Lewis Friedland an der „School of Journalism and Mass Communication“ der University of Wisconsin-Madison. Sein tiefer Einblick in das Feld stiftungsfinanzierten Journalismus in den USA und sein Fachwissen zum Thema sind für diese Recherche von unschätzbarem Wert gewesen. Wir würden uns freuen, wenn viele Spender und Stifterinnen diese Recherche nicht nur mit Interesse lesen, sondern auch als Anregung für die Herangehensweise an das eigene engagierte, aktive Spenden und Stiften verstehen.

**Berlin, im Frühjahr 2011**  
**Active Philanthropy**



# Finanzierung journalistischer Aktivitäten durch gemeinnützige Organisationen in den USA

## Einführung

---

Seit Entstehung der amerikanischen Gesellschaft engagieren sich Non-profit-Organisationen in den USA für Journalismus, Medien- und Pressearbeit. Die US-amerikanische Medienlandschaft wirkt nach außen marktbestimmt, und obwohl dieses Bild durchaus der Wirklichkeit entspricht, spielen der staatliche und der gemeinnützige Sektor seit jeher eine wichtige Rolle für das Presse- und Mediensystem und dessen Ausrichtung und Entwicklung. Dies gilt besonders in Zeiten von Krisen und Veränderungen, und eine solche Phase durchleben wir fraglos gegenwärtig. Das US-amerikanische Kommunikationssystem befindet sich im Umbruch, nicht zuletzt durch gesellschaftliche, technische und wirtschaftliche Entwicklungen im Zusammenhang mit der zunehmenden Bedeutung des Internets, aber auch durch tief greifende soziale und politische Veränderungen in der US-amerikanischen Gesellschaft.

Diese Situation ist nicht nur für die journalistische Arbeit problematisch. In den demokratischen Gesellschaften des Westens spielt der Journalismus sowohl für die Struktur als auch für das Funktionieren des öffentlichen Lebens eine zentrale Rolle. In den Medien können Bürger aller gesellschaftlichen Schichten die Arbeit der Regierung und anderer Schlüsselinstitutionen mitverfolgen, ihre Meinung als Individuen und Gruppen zum Ausdruck bringen und so die Demokratie mit Leben füllen. Allerdings schafft es der Markt nicht mehr aus eigener Kraft, jene qualitativ hochwertigen journalistischen Arbeiten hervorzubringen, die eine Demokratie braucht. Vielmehr erleben wir gegenwärtig das Versagen des Marktes. Die notwendige journalistische Qualität und Vielfalt fehlen. Dem könnten höhere staatliche Zuwendungen oder die Finanzierung durch die Zivilgesellschaft Abhilfe leisten. Aus historischen, rechtlichen und verfassungsrechtlichen Gründen und auch vor dem Hintergrund, dass eine politische Konsensbildung nicht möglich scheint, ist die staatli-

che Förderung des Journalismus in den USA jedoch unwahrscheinlich, wodurch wiederum Stiftungen als Akteure der Zivilgesellschaft eine große Verantwortung zugewiesen bekommen. Den vielfältigen Möglichkeiten, diese Verantwortung mit Leben zu füllen, widmet sich der vorliegende Bericht.

Unser Schwerpunkt liegt auf der Untersuchung einer stiftungsbasierten Finanzierung journalistischer Arbeit in den USA als Reaktion auf die aktuelle Krise. Dazu werden die wichtigsten Quellen der Stiftungsfinanzierung, geförderte Projekte und soweit möglich Fördermotive und -gründe dargestellt. Des Weiteren werden die vielfältigen Richtungen, in die sich der Journalismus mit Stiftungsunterstützung bewegt, sowie mögliche Auswirkungen analysiert.

Für den vorliegenden Bericht wurde der gesamte Bereich der gemeinnützigen Förderung journalistischer Tätigkeit in den USA in den vergangenen 30 Jahren untersucht. Wir haben eine Liste der größten (und vieler kleinerer) Stiftungen erstellt, die Journalismusprojekte fördern. Darüber hinaus haben wir zahlreiche Berichte ausgewertet, die in diesem Forschungsfeld in den vergangenen sieben Jahren verfasst wurden. In einer Datenbank haben wir an die 700 Förderprojekte im Bereich Journalismus und Kommunikation, mit Ausnahme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, zusammengestellt und untersucht. Die Ergebnisse können online unter [www.activephilanthropy.org](http://www.activephilanthropy.org) eingesehen werden. Außerdem haben wir die Geschichte der Finanzierung journalistischer Kommunikation durch gemeinnützige Einrichtungen seit den 1930er Jahren untersucht. Schließlich haben wir eine Reihe von Interviews mit Schlüsselpersonen im Bereich des stiftungsfinanzierten Journalismus geführt. Etwa die Hälfte der befragten Personen wollte namentlich nicht genannt werden. Daher haben wir Namen bzw. Zitate nicht direkt verwendet, sondern vielmehr die Beobachtungen der betreffenden Personen in den allgemeinen Bericht einfließen lassen.

# Historischer Abriss stiftungsfinanzierter journalistischer Kommunikation

---

Die gemeinnützige Förderung journalistischer Kommunikation begann in den USA bereits im Jahr 1731, als Benjamin Franklin eine Vereinigung zur Errichtung der Library Company in Philadelphia gründete. Im 19. Jahrhundert äußerte Alexis de Tocqueville den berühmten Satz: „Ohne politische Eingriffe bilden sich spontan verschiedenartige Gruppen gemäß der unterschiedlichen Natur der Menschen.“ Dies führe unweigerlich zu einem Mehr an Zeitungen: „Zeitungen schaffen Vereinigungen und Vereinigungen schaffen Zeitungen ... die Zahl der Zeitungen steigt mit der zunehmenden Zahl von Vereinigungen.“<sup>2</sup> Dieses Zitat zeigt, dass die Förderung journalistischer Kommunikation in den USA durch Nonprofit-Organisationen oder philanthropisch engagierte Vereinigungen kein Zufall ist. Das umfangreiche Spendenengagement von Stiftungen für die Kommunikationsforschung reicht bis in die dreißiger Jahre des vergangenen Jahrhunderts zurück. So wurde 1933 die einflussreiche Schrift mit dem Titel „Communication Agencies and Social Life“ veröffentlicht. Diese systematische Betrachtung der Telekommunikation und Medien im Auftrag der Regierung Hoover (im Rahmen der groß angelegten Studie „Recent Social Trends“) wurde von der Rockefeller-Stiftung finanziert und betreut. Im gleichen Jahr unterstützte der Payne Fund die Veröffentlichung eines 13-bändigen Werkes über die Auswirkungen der Filmindustrie auf Kinder, darunter eine Studie mit dem Titel „Movies and Conduct“ von dem Soziologen Herbert Blumer.<sup>3</sup>

Nach dem Ausbruch des Zweiten Weltkriegs spielte die Rockefeller-Stiftung eine führende Rolle im Bereich der Kommunikationsforschung. Die Zunahme der direkten Zuwendungen für Medienarbeit in Amerika lässt sich aber auf das Jahr 1952 datieren, in dem die Ford-Stiftung einen entscheidenden Beitrag zur Gründung des US-amerikanischen Bildungsfernsehens leistete, das 1963 zum National Educational Television (NET) wurde. Danach finanzierte die Ford-Stiftung weitere neue nationale Netze (technisch eine Gruppe lokaler Sender) und große Dokumentarfilmprojekte, die sich mit Themen wie Armut und Rassismus auseinandersetzten und bei kommerziellen Medien keine Plattform fanden. Unter der Ägide der (von der Carnegie Corporation of New York gegründeten) *Carnegie Commission*<sup>4</sup> entwickelte sich das NET 1967 zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk (Public Broadcasting System). Über die Jahre flossen unterschiedliche Summen in die Förderung. Insgesamt investierte die Ford-Stiftung zwischen 1951 und 2005 geschätzte 435 Mio. Dollar in das öffentlich-rechtliche Fernsehen. Stiftungsgebundene Zuwendungen für das öffentlich-rechtliche Fernsehen – allen voran durch die Ford-Stiftung mit wichtigen Beiträgen der Carnegie Corporation, der John D. and Catherine T. MacArthur-Stiftung und anderer – machen den Löwenanteil von Fördermitteln amerikanischer Stiftungen für Medienprojekte aus. Ohne sie gäbe es in den Vereinigten Staaten keinen öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Zu Recht lässt sich folglich feststellen, dass das National Public Radio, American Public Radio und das Public Broadcasting System mit ihrem Vorzeigejournalismus in Wahrheit eher stiftungsfinanziert als staatlich gefördert sind.

---

<sup>2</sup> Übersetzt aus: *Democracy in America*, Library of America, S. 595ff., 601

<sup>3</sup> Willey, Malcolm M. and Rice, Stuart A. *Communication Agencies and Social Life*. New York: McGraw-Hill Book Company, 1933; Blumer, H. (1933). *Movies and Conduct*. New York: The Macmillan Company

<sup>4</sup> Der Stahl-Tycoon und Philanthrop Andrew Carnegie gründete in den USA und Europa zahlreiche Stiftungen mit unterschiedlichen Zwecken. Die jüngste ist die Carnegie Corporation of New York, die er 1911 als einzige fördernde Stiftung ins Leben rief. 1994 gründete die Carnegie Corporation die Carnegie Commission on Preventing Deadly Conflict („Carnegie Kommission zur Verhinderung tödlicher Konflikte“), um drohenden ethnischen, religiösen oder nationalistischen Konflikten und Gewalt zu begegnen. Die Kommission beendete ihre Arbeit im Dezember 1999, die erstellten Berichte sind aber nach wie vor verfügbar.



# Spendenengagement der US-amerikanischen Stiftungen

---

Seit den 1960er Jahren haben große US-amerikanische Stiftungen beträchtliche Mittel für den gemeinnützigen Kommunikationsbereich der USA zur Verfügung gestellt. Obwohl genaue Zahlen fehlen, lassen eigene Datenerhebungen darauf schließen, dass in den letzten zehn Jahren ein Betrag von über einer Milliarde Dollar gespendet wurde (wobei 400 Mio. Dollar allein von der Knight-Stiftung stammen).

Bevor die großen Stiftungen im Einzelnen vorgestellt werden, bedarf es eines kurzen Exkurses zu den Strukturen des US-amerikanischen Stiftungswesens. Auch wenn es kein allgemein gültiges Klassifizierungssystem gibt, existieren nach US-amerikanischem Recht drei Arten von Stiftungen:

- von Einzelpersonen oder wohlhabenden Familien gegründete unabhängige Stiftungen;
- von Wirtschaftsunternehmen finanzierte Stiftungen;
- operative Stiftungen zur Durchführung von Forschungsarbeiten oder anderen gemeinnützigen Programmen.

In den USA gibt es derzeit über 75.000 Stiftungen, Unternehmensstifter und öffentliche Wohlfahrtsorganisationen, die über ein Gesamtvermögen von 682 Milliarden Dollar verfügen und im Jahr 2007 insgesamt 44 Milliarden Dollar für gemeinnützige Zwecke zur Verfügung stellten. Familienstiftungen

verfügen insgesamt über ein Vermögen von ca. 300 Milliarden Dollar, von denen 25 Milliarden Dollar als Spendenmittel eingesetzt werden.<sup>5</sup>

Fördermittel für Medienprojekte machen demnach nur einen geringen Prozentsatz der jährlichen Aufwendungen von Stiftungen aus. Geht man davon aus, dass sich Fördermittel für journalistische Kommunikation (abzüglich des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und Hörfunks) jährlich auf etwa 100 Millionen Dollar belaufen, handelt es sich lediglich um 0,2 % des Gesamtspendenvolumens von 44 Milliarden Dollar. Journalismus und Medienkommunikation spielen in den Programmen der meisten Stiftungen lediglich eine untergeordnete Rolle. Eine große Ausnahme bildet die Knight-Stiftung.

Im Folgenden werden die wichtigsten im Kommunikations- und Medienbereich engagierten US-amerikanischen Stiftungen und ihre Programme vorgestellt. An einen Überblick über die Arbeit größerer Stiftungen, die journalistische Aktivitäten in irgendeiner Form unterstützen, schließt sich eine Vorstellung kleinerer Stiftungen an, die den Schwerpunkt ihrer Arbeit auf den Journalismus gelegt haben. Abschließend werden Familienstiftungen und operative Stiftungen untersucht. Die Übersicht beginnt mit der Knight-Stiftung, deren umfangreiches finanzielles und inhaltliches Engagement eine separate Betrachtung rechtfertigt, denn die Knight-Stiftung definiert in großem Maße den Bereich des gemeinnützigen Journalismus.

---

<sup>5</sup> Foundation Fundamentals, 8. Auflage, The Foundation Center

---

# Die großen US-amerikanischen Stiftungen

## *John S. and James L. Knight Foundation*

**D**ie John S. and James L. Knight Foundation (nachfolgend die Knight-Stiftung) nimmt eine zentrale Position im Bereich der Journalismusförderung in den USA ein. Seit 1950 hat die Stiftung über 400 Mio. Dollar für die Förderung von Qualitätsjournalismus und Meinungsfreiheit zur Verfügung gestellt. 2005 sah die Stiftung weitere 100 Mio. Dollar für Medieninnovationsinitiativen vor, womit sie der größte gemeinnützige Förderer journalistischer Projekte in den USA ist (mit Ausnahme der staatlichen infrastrukturellen Förderung für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk). 2009 verfügte die Knight-Stiftung über ein Vermögen von 2,19 Mrd. Dollar. Im gleichen Jahr vergab sie 276 neue Spenden in Höhe von insgesamt 142 Mio. Dollar.

Hodding Carter III, ein in den USA bekannter Journalist und ehemaliger Ministerialdirektor unter Präsident Carter, stand der Stiftung von 1998 bis 2005 vor. Er wurde von Alberto Ibarгүйen, dem derzeitigen Stiftungsvorsitzenden abgelöst. Ibarгүйen war 20 Jahre im Zeitungsgeschäft tätig und Herausgeber und Präsident des Miami Herald. Unter seiner Führung begann der Vorstand der Stiftung nach Wegen zu suchen, den Wandel des Journalismus auf kommunaler Ebene zu unterstützen, und richtete zu diesem Zweck den Transformation Fund ein. Im Juni

2006 feierte die Stiftung die Vergabe von über einer Milliarde Dollar an Spendenmitteln seit ihrer Gründung im Jahr 1950.

Ibarгүйen weiß um das öffentliche Vertrauen, das die Knight-Stiftung genießt: „Freiheit hat Folgen. Wir leben in einer solchen folgenreichen Zeit. Wir erleben den Übergang von einer Zeit, als unsere zivilgesellschaftlichen Strukturen und Informationssysteme im Wesentlichen geografische Übereinstimmung aufwiesen.“<sup>6</sup> So vertritt Ibarгүйen die Auffassung, dass „Technik den Informationsfluss in Kommunen stärken kann und letztere durch diese Informationen selbst gestärkt werden.“ Seiner Ansicht nach lautet die Frage nicht: „Wie sichern wir Zeitungen?“, sondern: „Wie sichern wir wirksame Kommunikation, die die Kommunen brauchen, um in unserer Demokratie funktionsfähig zu sein?“ Oder anders ausgedrückt: „Wie retten wir den Journalismus im digitalen Zeitalter?“

Zu diesem Zweck hat die Knight-Stiftung vier Programminitiativen zur Förderung des Journalismus ins Leben gerufen und die *Knight Media Innovation Initiative* gegründet, die als Dachinitiative für eine Reihe von Programmen fungiert, mit denen experimentelle Ansätze und Maßnahmen für innovative digitale Medienkonzepte gefördert werden sollen.

## **Programminitiativen der Knight-Stiftung im Journalismus-Sektor**

Seit 1986 fördert die Knight-Stiftung die Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten im Rahmen von Programmen, einschließlich Studienprogramme für berufstätige Journalisten, stiftungsfinanzierte Lehrstühle im Fach Journalismus an führenden Journalistenschulen sowie die sogenannte *News University* am gemeinnützigen *Poynter Institute for Media*. Da-

rüber hinaus hat die Knight-Stiftung gemeinsam mit der Ford-Stiftung, der Stiftung *Ethics & Excellence in Journalism* sowie der McCormick Tribune-Stiftung den *Challenge Fund for Journalism* eingerichtet, um Journalisten auszubilden, die qualitativ hochwertig arbeiten, und um die gemeinnützig arbeitende Berufsgruppe zu stärken.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Ibarгүйen, Alberto, Rede für die Boston Foundation, 10. Juni 2008

[http://www.knightfoundation.org/news/press\\_room/knight\\_press\\_releases/detail.dot?id=330912](http://www.knightfoundation.org/news/press_room/knight_press_releases/detail.dot?id=330912)

<sup>7</sup> [http://www.knightfoundation.org/programs/journalism/what\\_we\\_fund/priority\\_detail.dot?id=132828](http://www.knightfoundation.org/programs/journalism/what_we_fund/priority_detail.dot?id=132828)

---

Des Weiteren fördert die Stiftung eine umfangreiche Initiative zur Medienvielfalt mit dem Ziel, den Arbeitsmarkt zu vergrößern.<sup>8</sup> Zahlreiche Programme sind auf die Förderung von Presse- und Informationsfreiheit, Meinungsfreiheit und die Achtung des 1. Zusatzartikels zur Verfassung der Vereinigten Staaten ausgerichtet.<sup>9</sup> Mithilfe des Programmportfolios *Digital Media and News and the Public Interest* sollen journalistische Werte durch digitale Medien gefördert werden. Das wichtigste Projekt ist jedoch das an der *American University* in Washington, D.C.

angesiedelte *Institute for Interactive Journalism*, auch bekannt als *J-Lab*. *J-Lab* vergibt die *Knight-Batten*-Preise und betreibt das *Knight Citizen News Network* (KCNN), ein Portal, das als übergreifendes Schulungszentrum für Hobby- und Berufsjournalisten fungiert und ein Vorzeigeprojekt für die Online-Ausbildungsprogramme der Knight-Stiftung ist. Das *New Voices Project* wurde ebenfalls vom *J-Lab* konzipiert, das es auch betreibt. Durch dieses Projekt sollen neue Formen des kommunalen Journalismus gefördert werden (mehr dazu im Folgenden).<sup>10</sup>

## Medieninnovationsstrategie der Knight-Stiftung

Neben den genannten vier Hauptprogrammen umfasst die Medieninnovationsstrategie der Knight-Stiftung sechs Einzelinitiativen. Iburgüen beschreibt die Gesamtstrategie wie folgt:

1. Vielseitig experimentieren.
2. Wirkungen analysieren und Trends voraussagen.
3. Die besten Lehrkräfte einbinden.
4. Andere Förderer ins Boot holen.
5. Die Weisheit der Vielen nutzen.

Die Initiativen beinhalten:

a) den *Knight News Challenge*, ein mit 25 Mio. Dollar ausgestattetes Fünf-Jahres-Programm zur Förderung von „Ideen, um mithilfe digitaler Plattformen geografisch definierte Kommunen mit Nachrichten und Informationen zu versorgen“. Eines der von der Initiative geförderten Projekte ist *spot.us*, ein Experiment im Crowdfunding, bei dem die Finanzierung durch Internetnutzer erfolgt. Im Rahmen des Projekts werden Journalisten eingeladen, ihre Geschichten im Internet zu veröffentlichen. Leser können die Reportagen mitfinanzieren, indem sie zu den Recherche- und Arbeitskosten beitragen.

b) Der *Knight Community Information Challenge* stellt Bürgerstiftungen in den USA sogenannte *Matching Grants* zur Verfügung, „um Kommunen mit Informationen zu versorgen und diese einzubinden“. Dabei handelt es sich um Zuwendungen in bestimmter Höhe, sofern die Stiftung selbst eigene Mittel in einer bestimmten, oft der gleichen Höhe für das betreffende Projekt aufbringt. Die Planung für diese über fünf Jahre laufende Initiative mit einem Volumen von 24 Mio. Dollar begann 2008. Seit 2009 werden Mittel ausgeschüttet; 2010 wurden 24 Projekte mit 4,3 Millionen Dollar unterstützt. Diese Initiative hat besondere Bedeutung, da Bürgerstiftungen in den USA (siehe unten) von ihrem mehrere Milliarden Dollar betragenden Vermögen nur einen Bruchteil dem Lokaljournalismus bzw. den Informationsbedürfnissen von Kommunen zur Verfügung stellen.<sup>11</sup>

c) Die am *Aspen Institute* angesiedelte *Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy* wurde 2008 ins Leben gerufen, um Informationsbedürfnisse von Kommunen in einer Demokratie zu artikulieren und politische Maßnahmen zu erarbeiten, die Marktlösungen stimulieren.<sup>12</sup>

---

<sup>8</sup> [http://www.knightfoundation.org/programs/journalism/what\\_we\\_fund/priority\\_detail.dot?id=132822](http://www.knightfoundation.org/programs/journalism/what_we_fund/priority_detail.dot?id=132822)

<sup>9</sup> [http://www.knightfoundation.org/programs/journalism/what\\_we\\_fund/priority\\_detail.dot?id=132826](http://www.knightfoundation.org/programs/journalism/what_we_fund/priority_detail.dot?id=132826)

<sup>10</sup> [http://www.knightfoundation.org/programs/journalism/what\\_we\\_fund/priority\\_detail.dot?id=132830](http://www.knightfoundation.org/programs/journalism/what_we_fund/priority_detail.dot?id=132830)

<sup>11</sup> <http://www.informationneeds.org/community-information-challenge/winners>

<sup>12</sup> <http://www.knightcomm.org/recommendations>

---

## Die übergreifende Rolle der Knight-Stiftung

Im Bereich der Journalismusfinanzierung hat die Knight-Stiftung eine Alleinstellung inne. Sie investiert in dieses Arbeitsfeld mehr Gelder als jede andere Stiftung bzw. Stiftungsgemeinschaft und gibt nicht nur heute, sondern sicher auch in absehbarer Zukunft hier den Ton an.

Diese Position hat viele Vorteile, bringt aber auch einige Probleme mit sich. Der Umfang des finanziellen Engagements der Stiftung hat Vorbildfunktion für andere Stifterinnen und Spender und legitimiert darüber hinaus deren Spendenarbeit. Die Knight-Stiftung ist einerseits durch ihr Spendenengagement, andererseits aber auch aufgrund ihrer (relativ) transparenten und ausgereiften Finanzierungsmodelle ein Motor der Innovation.

Die Stiftung nimmt weder für sich in Anspruch, die Deutungshoheit für den Bereich der Journalismusfinanzierung zu besitzen, noch Wegweiser für die Zukunft zu sein. Sie arbeitet mit anderen Stiftungen zusammen und spielt eine führende Rolle bei der Einbindung von Bürgerstiftungen als wichtige, lokal verwurzelte Finanzierungsquellen. Die Knight-Stiftung betrachtet die Förderung des Journalismus als ihre wesentliche Aufgabe. Die Wahrscheinlichkeit, dass sie sich in absehbarer Zeit einem anderen Betätigungsfeld widmet, was im Rahmen der Förderzyklen von Stiftungen häufiger vorkommt, ist relativ gering.

Allerdings hat die dominante Stellung der Knight-Stiftung auch eine Kehrseite. So besteht die Gefahr, dass andere Stiftungen der Knight-Stiftung die Journalismusförderung komplett überlassen und keine Notwendigkeit oder Chance sehen, sich in größerem Maße zu engagieren. Weiterhin könnte problematisch werden, dass die Knight-Stiftung neuen Technologien eine zu hohe Bedeutung beimisst. Dies kann

zu einer Überbetonung technischer Innovation auf Kosten der Auseinandersetzung mit soziostrukturellen Problemen führen. Stiftungsintern besteht die Tendenz, Technik als Antwort auf alle Fragen zu verstehen.

Auch personelle Probleme belasten die Stiftung. Zu nennen wäre der Konflikt mit einer Führungskraft, die bei zahlreichen Mitarbeitern und Beobachtern als autokratisch und launisch gilt. Angesichts der Gestaltungsmacht der Stiftung ist dies besonders prekär. Stiftungsintern hat man das Problem erkannt und geht es jetzt aktiv an. Weiterhin entsteht mitunter der Eindruck, die Knight-Stiftung engagiere sich für bestimmte Lieblingsprojekte und -institutionen und schließe andere aus. Und zu guter Letzt besteht durch die Dominanz der Stiftung das Risiko einer Monopolisierung, wodurch andere innovative Ansätze im Keim erstickt würden. Insgesamt betrachtet hat die Stiftung aber einen ausgesprochen positiven Effekt auf die Neuerfindung der Nachrichtenökologie in den USA. Dennoch ist Vorsicht geboten, wenn eine einzige Einrichtung eine solche Machtposition innehat.

Wie bereits erwähnt, gibt es zwar auch andere große Stiftungen, die sich im Journalismus-Sektor engagieren, aber der Umfang ihres Spendenengagements und auch ihr Einfluss sind im Vergleich zur Knight-Stiftung deutlich geringer. Nachfolgend stellen wir diese Stiftungen in etwa in der Reihenfolge ihres Einflusses vor.

---

## Ford Foundation

Die Ford Foundation (nachfolgend die Ford-Stiftung) ist eine unabhängige gemeinnützige Stiftung, nach ihrem Gesamtvermögen die zweitgrößte in den USA im Jahr 2007. Im Rahmen der Arbeit ihrer Abteilung für Meinungsfreiheit unterstützt die Stiftung verschiedene Kunstprojekte, fördert öffentlich-rechtliche Medien, Medienrechte und den freien Medienzugang. Außerdem setzt sie sich für die Stärkung oder Respektierung verschiedener Religionen im öffentlichen Leben ein. In der ersten Jahreshälfte 2010 hat die Stiftung im Rahmen der *Initiative Advancing Public Service Media* 51 Projekte mit insgesamt 12

Mio. Dollar unterstützt, um unabhängige Ansätze im Medienbereich zu fördern, Medientechnik und Vertriebssysteme zu stärken und den öffentlichen Diskurs und Forschungsarbeiten über gesellschaftliches Engagement anzuregen.

Im Zeitraum von 2005 bis 2007 hat die Ford-Stiftung ein medienpolitisches Programm des *U.S. Social Science Research Council* mit dem Titel „Necessary Knowledge for a Democratic Public Sphere“ mit 750.000 Dollar unterstützt. Zwischen 2007 und 2009 wurden weitere 1,5 Mio. Dollar zur Verfügung gestellt.

## John D. and Catherine T. MacArthur Foundation

Die MacArthur-Stiftung ist eine weltweit agierende philanthropische Organisation, die Fördermittel in rund 60 Länder vergibt. Ihrem Vermögen nach rangierte sie 2007 auf dem 8. Platz der amerikanischen Stiftungen. Die Stiftung wurde 1978 gegründet und fördert im Medienbereich Reportagen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. *America Abroad Media* erhielt 2008 beispielsweise 150.000 Euro für die Erstellung von Radioreportagen über das Verhältnis der Vereinigten Staaten zum Internationalen Strafgerichtshof. 2006 gründete die Stiftung das mit 60 Millionen Dollar ausgestattete Arbeitsfeld „*Digital Media and Learning Initiative*“, um die Auswirkungen der

Technik auf das Denk-, Lern- und Beschäftigungsverhalten von Jugendlichen zu untersuchen.

Die MacArthur-Stiftung fördert seit 25 Jahren Medienprojekte. Ende 2008 unterstützte sie 21 Projekte mit einem Gesamtvolumen von 26 Mio. Dollar.

Förderungen und programmbezogene Investitionen beliefen sich 2008 auf insgesamt 252,3 Mio. Dollar. Die Stiftung litt allerdings erheblich unter der Finanzkrise 2008, so dass ihre Vermögenswerte am Ende des Jahres noch 5,3 Milliarden Dollar betragen.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> America in Transition: 2008 Report on Activities, The John D. And Catherine T. MacArthur Foundation (<http://www.macfound.org/atf/cf/%7Bb0386ce3-8b29-4162-8098-e466fb856794%7D/AR2008.PDF>)

---

## Bill and Melinda Gates Foundation

Die *Bill and Melinda Gates Foundation* (nachfolgend die Gates-Stiftung) ist mit einem Gesamtvermögen von 37 Milliarden Dollar gegenwärtig die mit Abstand größte Stiftung in den USA. Obwohl Journalismus und Medien keine ausdrücklichen Programmschwerpunkte bilden, fließen in diese Bereiche beträchtliche Fördersummen. So unterstützte die Stiftung unter anderem die Journalismus-Fakultät der *University of California-Berkeley* mit einer Zwei-Jahres-Spende in Höhe von 800.000 Dollar für Reportagen über die Landwirtschaft in Afrika.<sup>14</sup> Außerdem förderte sie Journalistinnen und Journalisten im US-Bundesstaat Washington im Rahmen ihrer Arbeit über die Probleme von Obdachlosen.

Der stellvertretende Direktor der Gates-Stiftung, Ian Rowe, sitzt im *Journalism Advisory Committee*, dem Beratungsausschuss für Journalismus der Knight-Stiftung, womit die Gates-Stiftung an ein wichtiges Zentrum der Nachrichtenförderung angeschlossen ist.

Bill Gates interessiert sich auch persönlich für die Zukunft des Journalismus. In einem Interview für *SFGate* im April 2010 merkte er an, dass das Internet kein Ersatz für eine ausführliche Berichterstattung bzw. investigativen Journalismus sein könne. Insbesondere würdigte er die Arbeit von ProPublica.<sup>15</sup>

Ob dies ein Vorbote künftigen Engagements der Gates-Stiftung für die in diesem Bericht beschriebenen journalistischen Aktivitäten ist, bleibt vorerst unklar, aber zumindest deutet es darauf hin, dass sich Gates des Problems durchaus bewusst ist.

Sollte die Stiftung beginnen, sich im Rahmen ihrer Programme zur Gesundheit, Armutsbekämpfung, Entwicklungshilfe und Bildung in der Welt auch für die Berichterstattung über diese Themen zu engagieren, könnte dies immense Auswirkungen auf die journalistische Arbeit haben.

## Rockefeller Foundation

Ihrem Vermögen nach rangiert die *Rockefeller Foundation* (nachfolgend die Rockefeller-Stiftung) an 13. Stelle der amerikanischen Stiftungen. Sie sieht ihre Aufgabe in der Förderung der von ihr so bezeichneten *Smart Globalization* – eine Welt, in der die Vorteile der Globalisierung gerechter verteilt sind. Schwerpunktfelder ihrer Arbeit umfassen die Überlebenssicherung, den weltweiten Gesundheits- und Umweltschutz, Urbanisierung und soziale und wirtschaftliche Sicherheit.

Traditionell unterstützt die Rockefeller-Stiftung das öffentlich-rechtliche Fernsehen. So erhielt beispielsweise der in New York angesiedelte Sender *WNET TV* zwei Millionen Dollar für eine Multimedia-Initiative mit dem Titel „Blueprint America“, in der es um die Infrastruktur des Landes geht. Davon abgesehen hat die Rockefeller-Stiftung bisher jedoch relativ wenige Spendenmittel für Projekte im Bereich der Neuen Medien aufgewendet. Das Stiftungsvermögen belief sich Ende 2008 auf drei Milliarden Dollar.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> [http://journalism.berkeley.edu/press/africa\\_reporting](http://journalism.berkeley.edu/press/africa_reporting)

<sup>15</sup> [http://www.sfgate.com/cgi-bin/blogs/bronstein/detail?entry\\_id=61674#ixzz0uKkdGrjy](http://www.sfgate.com/cgi-bin/blogs/bronstein/detail?entry_id=61674#ixzz0uKkdGrjy)

<sup>16</sup> Rockefeller 2008 annual report: <http://www.rockefellerfoundation.org/uploads/files/a6d30cf9-97aa-4fd5-ad9f-8fdd9dbb07b3-caw-grantees.pdf>

---

## Rockefeller Brothers Fund

Der *Rockefeller Brothers Fund* (nachfolgend der Rockefeller-Brothers-Fonds), der nicht zur Rockefeller-Stiftung gehört, betreibt Programme im Bereich Demokratiepraxis, nachhaltige Entwicklung sowie Frieden und Sicherheit. In den USA konzentriert sich seine Arbeit auf die Stadt New York.<sup>17</sup> Der Rockefeller-Brothers-Fonds hat in der Vergangenheit bereits Medienarbeit gefördert. Zudem ist der Fonds in einigen Bereichen über finanzielle Zuschüsse hinausgehend stark engagiert. Seit kurzem untersucht er die „Rolle des Journalismus in einer Demokratie, um den Bürgern zuverlässige Informationen über Regie-

rungsarbeit und politische Kampagnen zu bieten“, so Ben Shute, Leiter des fondseigenen Programms *Democratic Practice in the U.S.*

Der Rockefeller-Brothers-Fonds war federführend beim Aufbau des *Investigative News Networks* (Näheres dazu im Folgenden). Zu diesem Zweck organisierte er eine Konferenz, an der 30 Nonprofit-Organisationen für Investigativ- und Watchdog-Journalismus teilnahmen. Gegenwärtig konzentriert sich das journalismusbezogene Spendenengagement des Fonds auf dieses Arbeitsfeld.

## Pew Charitable Trusts

*Pew Charitable Trusts* (nachfolgend die Pew-Stiftung), die lange zu den größten Privatstiftungen der USA gehörte, wurde 2004 in eine öffentliche Stiftung<sup>18</sup> (*public charity*) umgewandelt – ein technischer Schritt, der bedeutet, dass die Organisation auch Spendenmittel annehmen kann, statt diese als Stiftung nur zu verteilen. Dadurch kann die Organisation Mittel aus der Bevölkerung einwerben und Lobby- und Kampagnenarbeit betreiben. Technisch betrachtet ist die Pew-Stiftung also keine Stiftung mehr. Anderenfalls würde sie ihrem Vermögen nach den 75. Platz im Stiftungsranking einnehmen.

Die Pew-Stiftung engagiert sich seit den 1990er Jahren in vielfältiger Weise für den Journalismus. In jener Zeit war die Stiftung neben der Knight-Stiftung über das *Pew Center for Civic Journalism* einer der größten Geldgeber für die Bewegung des partizipativen bzw. Bürger-Journalismus. (Jan Schaffer, die zweite Direktorin des *Pew Center*, leitet jetzt das von der Knight-Stiftung geförderte *Institute for Interactive Journalism [J-Lab]*.) Die Arbeit des *Pew Center for Civic Journalism* war sehr erfolgreich: Fast ein Fünftel aller amerikanischen Zeitungen beteiligte sich an der Bewegung.<sup>19</sup> Als die Förderung im Jahr 2003 auslief, schlossen die meisten Aktivitäten jedoch ein.

---

<sup>17</sup> [http://www.rbf.org/about/about\\_show.htm?doc\\_id=472487](http://www.rbf.org/about/about_show.htm?doc_id=472487)

<sup>18</sup> Öffentliche Wohlfahrtsorganisationen beziehen ihre Mittel in erster Linie aus öffentlichen Quellen. Sie erhalten Zuwendungen von Einzelpersonen, dem Staat und privaten Stiftungen. Obgleich einige Organisationen der öffentlichen Wohlfahrt Spendenmittel vergeben, leisten die meisten direkte Arbeit oder führen andere steuerbefreite Tätigkeiten durch. Im Gegensatz dazu ist eine Privatstiftung eine nichtstaatliche, gemeinnützige Organisation, die ihre wichtigsten Mittel üblicherweise aus einer Hauptquelle bezieht, beispielsweise von einer Einzelperson, einer Familie oder einem Unternehmen. In den meisten Fällen vergibt eine Stiftung Mittel. Eine Privatstiftung akquiriert keine öffentlichen Mittel. (Foundation Center; [www.foundationcenter.org](http://www.foundationcenter.org))

<sup>19</sup> Friedland, L., & Nichols, S. (2002). Measuring civic journalism's progress: A report across a decade of activity. *A study conducted for The Pew Center for Civic Journalism*

---

Das wohl bekannteste Projekt der Stiftung ist das *Pew Research Center for the People and the Press*. Das Forschungszentrum fördert den Journalismus nicht direkt, sondern vielmehr Projekte, die den Journalismus beobachten, untersuchen und bei Auffälligkeiten Empfehlungen aussprechen. Andere Projekte des *Pew Research Center* beinhalten u.a. das *Project for Excellence in Journalism*, das wöchentlich Trends in der Medienwelt und inhaltlichen Berichterstattung anhand von Geschichten mit großer Medienpräsenz verfolgt und jährlich den Bericht „State of the News Media“ veröffentlicht. Das *Pew Research Center for the People and the Press* untersucht die Nutzung der Medien und das diesbezügliche Interesse der Amerikaner. Das Projekt *Subsidyscope* stellt Informationen über staatliche Beihilfen in den USA zur Verfügung. Das Projekt *The Internet and American Life*, ein unabhängiger *Fact Tank*, untersucht die Auswirkungen des Internets auf das Leben

der Amerikaner, unter anderem im Hinblick auf ihr politisches und gesellschaftliches Engagement.<sup>20</sup>

1999 hob die Pew-Stiftung *Stateline* aus der Taufe, eine gemeinnützige, parteienunabhängige Nachrichten-Website, die ihren Schwerpunkt auf die journalistische Berichterstattung im öffentlichen Interesse legt und Nachrichten aus allen 50 US-Bundesstaaten verbreitet. Ziel der Organisation ist es, der abnehmenden Berichterstattung über die Arbeit der bundesstaatlichen Regierungen zu begegnen. Im Gegensatz zu einigen Zweigen der Pew-Stiftung betreibt *Stateline* keine Interessenvertretung. *Stateline* ist ein Projekt des *Pew Center on the States*.

Im Jahr 2009 verfügte die Pew-Stiftung über ein Vermögen von 4,596 Milliarden Dollar. Das Projektbudget betrug 83,184 Mio. Dollar.<sup>21</sup> Von 2005 bis 2010 finanzierte die Pew-Stiftung *Stateline* mit 7,5 Mio. Dollar.

## Carnegie Corporation of New York

Ihrem Vermögen nach ist die *Carnegie Corporation of New York* die 19.-größte Stiftung. 2007 verfügte sie über ca. 2,4 Milliarden Dollar.<sup>22</sup> Der Schwerpunkt der Stiftungsarbeit liegt in der Ausbildung des journalistischen Nachwuchses. 2003 begann der Dialog mit Dekanen mehrerer amerikanischer Journalis-

tenschulen, um zur Verbesserung des Studienfachs Journalismus an großen Forschungsuniversitäten beizutragen. Gemeinsam mit den Ausbildungsstätten entwickelte die *Carnegie Corporation* ein neues Konzept für das Journalismusstudium im 21. Jahrhundert.

---

<sup>20</sup> [http://www.pewtrusts.org/uploadedFiles/wwwpewtrustsorg/Static\\_Pages/About\\_Us/Pew%20Prospectus2010.pdf](http://www.pewtrusts.org/uploadedFiles/wwwpewtrustsorg/Static_Pages/About_Us/Pew%20Prospectus2010.pdf)  
[http://www.pewtrusts.org/our\\_work\\_category.aspx?id=230](http://www.pewtrusts.org/our_work_category.aspx?id=230); <http://www.pewinternet.org/About-Us.aspx>

<sup>21</sup> [http://www.pewtrusts.org/uploadedFiles/wwwpewtrustsorg/Static\\_Pages/About\\_Us/Pew%20Prospectus2010.pdf](http://www.pewtrusts.org/uploadedFiles/wwwpewtrustsorg/Static_Pages/About_Us/Pew%20Prospectus2010.pdf), S. 44

<sup>22</sup> <http://carnegie.org/fileadmin/Media/Publications/AR09.pdf>



---

## Open Society Institute

Das *Open Society Institute* (OSI) wurde 1993 von George Soros mit dem Ziel gegründet, seine Stiftungen in Mittel- und Osteuropa sowie in den ehemaligen Sowjetrepubliken zu unterstützen. Heute konzentriert sich die Arbeit des Instituts auf den Aufbau lebendiger und zuverlässiger demokratischer Strukturen in über 60 Ländern, darunter die USA.

Mehrere der Projekte des Instituts beschäftigen sich mit journalistischen Themen und Fragen der gemeinsamen Nutzung von Informationen, so beispielsweise im Rahmen des Programms *International Civil Society and Media*. Darunter fallen das Projekt *Documentary Photography*, das Fotografen fördert, die sich in ihrer Arbeit mit sozialer Gerechtigkeit auseinandersetzen, sowie das *Information Project*, das sich zum Ziel gesetzt hat, den öffentlichen Zugang zu Informationen zu erleichtern. Das wichtigste journalismusbezogene Arbeitsfeld des Instituts ist jedoch das Medien-Programm<sup>23</sup>. Das dort angesiedelte Projekt *Assistance to Media* unterstützt z.B. Medienunternehmen, die demokratische Werte fördern, und erleichtert ihnen den Weg in eine nachhaltige Zukunft. Das Projekt *Journalism and Media Management Training* macht Ausbildungsangebote über Journalistenschulen, auch als Fernunterricht. Der Projektbereich *Media Self-Regulation and Accountability* fördert die Einhaltung ethischer Normen durch Journalisten. Das Projekt *Media-Related Research* wiederum unterstützt Forschungsarbeiten in Bezug auf Politikgestaltung, Lobbyarbeit und Interessenvertretung und bietet Ausbildungsmöglichkeiten jenseits der Universitäten.

Historisch gesehen war die Medienförderung in den USA kein Arbeitsschwerpunkt des OSI, weil es in Amerika nichtstaatliche, pluralistische und unabhängige Medien gibt. Vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Krise der Medienindustrie hat das OSI in den letzten Jahren jedoch begonnen, auch den amerikanischen Journalismus zu fördern. Dazu wurden in den vergangenen 18 Monaten zunächst Veränderungen in der Nachrichtenlandschaft untersucht. Laut Lori McGlinchey, Programmleiterin des *Transparency and Integrity Fund*, beschäftigt sich das OSI insbesondere mit drei Bereichen: dem Rückgang der internationalen Berichterstattung in Amerika, den Auswirkungen von Veränderungen im Journalismus auf bundesstaatlicher und lokaler Ebene sowie *Beat-Reporting*<sup>24</sup> und der Rolle der Politik als Anbieter möglicher medienrelevanter Lösungen.

Das OSI hat u.a. Organisationen wie *Public Knowledge*, *Free Press*, das *Media Access Project*, das *Center for Media Justice* sowie die *Consumers' Union*, die *New America Foundation*, das Programm *Wireless Future* und die *Open Technology Initiative* unterstützt und ist Gründungsmitglied des *Media Democracy Fund*.

Von den 540 Mio. Dollar, die das OSI und die angegliederte Soros-Stiftung 2008 aufwendeten, flossen 10,7 Mio. Dollar in das Medienprogramm des OSI. Das Institut verfügt über ein Vermögen von 452,8 Millionen Dollar.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> <http://www.soros.org/initiatives/media/focus>

<sup>24</sup> Unter *Beat Reporting* versteht man die Berichterstattung über fest umrissene Bereiche der Regierungsarbeit und des Alltagslebens durch einen oder mehrere Reporter, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals in der Woche) über diesen Themenbereich („Beat“) berichten, z.B. die Arbeit der kommunalen und bundesstaatlichen Regierung, Polizei und Verbrechen, Sozialwesen, Gerichtswesen, bestimmte Wohngegenden oder geografische Regionen.

<sup>25</sup> <http://investing.businessweek.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapId=4245068>; Jahresbericht 2008 des OSI: [http://www.soros.org/resources/articles\\_publications/publications/ar08\\_20090720/ar08\\_20090911.pdf](http://www.soros.org/resources/articles_publications/publications/ar08_20090720/ar08_20090911.pdf)

---

## William and Flora Hewlett Foundation

Die *William and Flora Hewlett Foundation* (nachfolgend die Hewlett-Stiftung) ist ihrem Vermögen nach mit 9,3 Milliarden Dollar (2007) die fünftgrößte Stiftung der USA. Obgleich die Hewlett-Stiftung nicht sonderlich aktiv am Diskurs über Veränderungen im amerikanischen Journalismus und seiner gemeinnützigen Finanzierung teilnimmt, hat sie doch umfangreiche Spendenmittel in Höhe von insgesamt

5,3 Mio. Dollar für Medienprojekte zur Verfügung gestellt. Davon gingen u.a. 1,2 Mio. Dollar an das *Center for Public Integrity*. 2,9 Mio. kamen dem *New American Media/Pacific News Service* zugute, und 1,2 Mio. Dollar erhielt *California Watch*, ein Projekt des *Center for Investigative Reporting* (das auch von der Knight-Stiftung und der Irvine-Stiftung gefördert wird).

## McCormick Foundation

Mit ihrer Arbeit will die McCormick-Stiftung die freie, demokratische Gesellschaft fördern. In der Vergangenheit lagen die Schwerpunkte auf Programmen für Schüler und Studierende sowie Führungskräfteprogrammen im Bereich Nachrichtenmanagement. Heute engagiert sich die Stiftung schwerpunktmäßig für Qualitätsjournalismus, den Schutz journalistischer Rechte und die Vermittlung von Medienkompetenz. Innerhalb des Journalismus-Programms gibt es Unterprogramme wie *News Leadership*, Meinungsfreiheit, Journalismusausbildung/-studium und Jugendmedien.<sup>26</sup>

2008 vergab die Stiftung über 1.400 Einzelförderungen in Höhe von insgesamt 60 Mio. Dollar, 22 Mio. Dollar davon stammten aus öffentlichen Zuwendungen. Sechs Mio. Dollar flossen in das Journalismusprogramm.

---

<sup>26</sup> <http://www.mccormickfoundation.org/journalism/programstrategy.aspx>  
Jahresbericht 2008: <http://www.mccormickfoundation.org/publications/FINAL08AnnualReport.pdf>

---

# Familienstiftungen

Im Folgenden werden eine Reihe von Stiftungen vorgestellt, die zwar nicht das gleiche Renommee haben wie die großen Stiftungen, aber dennoch beachtliche Beiträge für den Journalismus bzw. die Journalistenausbildung geleistet haben.

- Die *Sandler Family Supporting Foundation* stellte 30 Mio. Dollar für die Gründung von *ProPublica* zur Verfügung. Herbert Sandler, Mitglied im Vorstand von *ProPublica*, liegt die Arbeit der Stiftung sehr am Herzen (weitere Informationen zu *ProPublica* siehe unten).
- Die *Elaine and Gerald Schuster Foundation* hat mit einer Spende von fünf Mio. Dollar das *Schuster Institute for Investigative Journalism* aufgebaut. Bill Moyers war über viele Jahre Kurator der Schuster-Stiftung und hat die Finanzierung von kritischem und investigativem Journalismus aktiv unterstützt.
- Die *Emily Rauh Pulitzer Foundation* spendete 1,8 Mio. Dollar für die Gründung des *Pulitzer Center on Crisis Reporting*.
- Die *Popplestone Foundation* hat mit 1,45 Mio. Dollar das *Center for Public Integrity* unterstützt.
- Die *Arthur Vining Davis Foundations* stellte 2008 1,5 Mio. Dollar für die Medienfinanzierung zur Verfügung. Die Mittel flossen größtenteils in die Arbeit des Produzenten Ken Burns und andere langformate Dokumentarfilme für das öffentlich-rechtliche Fernsehen.

## *Donald W. Reynolds Foundation*

Die *Donald W. Reynolds Foundation* (nachfolgend die Reynolds-Stiftung) fördert die Ausbildung von Journalisten und den Aufbau von Medienunternehmen, insbesondere im Wirtschaftsjournalismus. 2004 investierte die Stiftung fast 20 Mio. Dollar in den Aufbau des *Donald W. Reynolds Journalism Institute*, das an der *University of Missouri* angesiedelt ist. 2010 spendete die Reynolds-Stiftung 4,6 Mio. Dollar für den Aufbau des *Reynolds High School Journalism*

*Institute* durch die *American Society of News Editors* (ASNE). Von 2007 bis 2009 flossen weitere 2,3 Mio. Dollar an das Institut.

Seit 1992 hat die Stiftung insgesamt fast 65 Mio. Dollar in Journalismusprojekte investiert, womit sie zu den großen Geldgebern für die Ausbildung und Tätigkeit von Journalisten gehört.

## *Ethics and Excellence in Journalism Foundation*

Die *Ethics and Excellence in Journalism Foundation* wurde 1982 von Edith Kinney Gaylord gegründet, der ersten Frau in der Nachrichtenredaktion von *Associated Press*. Die Arbeit der Stiftung widmet sich vor

allem der Zukunft des Journalismus. Dazu werden ethische Prinzipien erarbeitet, Verantwortlichkeiten festgeschrieben und Grundlagen entwickelt, die für eine integere investigative Berichterstattung unum-

---

gänglich sind. Die Stiftung finanzierte das *Wisconsin Center for Investigative Reporting* mit 100.000 Dollar, das *Center for Investigative Reporting* mit 85.000 Dollar, das *Center for Public Integrity* mit 192.956

Dollar und den *Fund for Investigative Journalism* mit 200.000 Dollar – und gehört damit zu den wichtigen Gebern im Bereich des investigativen Journalismus.

## William Penn Foundation

Unter den amerikanischen Familienstiftungen rangiert die *William Penn Foundation* an 19. Stelle. Im US-amerikanischen Stiftungsranking insgesamt lag

sie 2008 mit einem Vermögen von ca. 1,1 Milliarden Dollar auf dem 42. Platz. Zu den geförderten Projekten gehört das *Investigative News Network* (siehe unten).

## Omidyar Network

*Omidyar Network* wurde vom eBay-Gründer Pierre Omidyar und seiner Ehefrau Pam gegründet. Die Stiftung vergibt Fördermittel an gemeinnützige Organisationen. Im Gegensatz zu den meisten der hier vorgestellten Stiftungen fördert *Omidyar Network* auch Wirtschaftsunternehmen mit sozialen bzw. gesellschaftlichen Zielen. Damit steht *Omidyar Network* für einen wichtigen Trend im US-amerikanischen Spenden- und Stiftungswesen, das „Sozialunternehmertum“ (*social entrepreneurship*). Dabei werden die Werte von gewinnorientierten Unternehmen (wie Haftbarkeit, Anlagerendite oder andere messbare Ziele) auf den gemeinnützigen Sektor übertragen, entweder indirekt als Kriterium für die finanzielle Unterstützung von gemeinnützigen Projekten oder direkt durch die Unterstützung von gewinnorientierten Unternehmen mit einer „sozialen Mission“.

miteinander zu kommunizieren. Über das Programm flossen 2007 Fördermittel in Höhe von 2,5 Mio. Dollar an *Creative Commons*. *Wikimedia* erhielt 2009 zwei Mio. Dollar.<sup>27</sup> Das Programm *Marketplaces* unterstützt Organisationen beim Aufbau von (Internet-) Communities und Online-Marktplätzen, um Transparenz und Vertrauen in die jeweiligen Organisationen zu fördern, und Plattformen, die Sozial-Unternehmern (*social entrepreneurs*) helfen, mit Stiftern und Spenderinnen in Kontakt zu treten.

Die Stiftung betreibt verschiedene Programme. So fördert *Media, Markets and Transparency* soziale Medien, Medienmärkte und die Transparenz der Regierungsarbeit. *Social Media* investiert in Technologien, die motivieren, informieren und anregen sollen,

Seit der Gründung hat *Omidyar Network* Spendenmittel in Höhe von 352 Mio. Dollar zur Verfügung gestellt, davon flossen 200 Mio. an gemeinnützige Organisationen. Die Höhe der vergebenen Spenden und getätigten Investitionen ist von Jahr zu Jahr gestiegen und erreichte 2008 eine Summe von 103 Mio. Dollar. Ende 2008 verfügte *Omidyar Network* über ein Vermögen von 242 Mio. Dollar. Im gleichen Jahr vergab das Unternehmen Spenden in Höhe von 50,4 Mio. Dollar im Vergleich zu 32,2 Mio. Dollar im Vorjahr.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> [http://www.omidyar.com/investment\\_areas/media-markets-transparency/social-media](http://www.omidyar.com/investment_areas/media-markets-transparency/social-media)

<sup>28</sup> <http://www.omidyar.com/sites/default/files/file/2008%20990-PF,%20Return%20of%20Private%20Foundation.pdf>

# Medienpraxis und angewandter Journalismus

---

In dem Maße, in dem die Knight-Stiftung die Finanzierung und Förderung des Journalismus geprägt hat, hat sie natürlich auch auf die journalistische Arbeit gewirkt. In diesem Abschnitt wird das *Institute for Interactive Journalism*, kurz: *J-Lab*, vorgestellt und dessen Bedeutung im wachsenden Bereich des spendenfinanzierten, kommunal verankerten Journalismus betrachtet (Förderungen umfassen dabei sowohl die Bereitstellung von Startkapital als auch regelmäßige Zuwendungen). Daran schließt sich ein kurzer Überblick zum investigativen Journalismus an. Hier nimmt die

Knight-Stiftung aufgrund der umfangreichen Spendentätigkeit anderer Stiftungen eine etwas weniger dominante Stellung ein. Im Anschluss daran wird ein wichtiges, neu entstandenes Spendengebiet beleuchtet – die Finanzierung journalistischer Arbeiten, die den thematischen Schwerpunkt der jeweiligen Stiftung betreffen. Abschließend wird kurz auf andere gemeinnützige Medienorganisationen eingegangen, die kommerziell verwurzelt sind (Zeitungen im Besitz von öffentlich-rechtlichen Stiftungen, Kooperativen usw.).

## Förderung neuer Medien

Neue Medien entwickeln sich auch auf kommunaler Ebene in den USA rasant. Häufig handelt es sich dabei um relativ kleine, lokale Blogs, die von einer oder wenigen Personen geschrieben werden. Themen sind die Nachbarschaft, ein bestimmtes Wohngebiet oder ein Stadtteil. Einige der Blogger sind sogenannte „Bürger-Journalisten“, die auf diesem Wege ihre Meinung äußern, auf Missstände hinweisen oder über Neuigkeiten aus ihrer Gegend informieren. Andere Blogs werden von Journalistinnen und Journalisten geschrieben, die bei Zeitungen oder elektronischen Medien beschäftigt waren.

Bei diesen Projekten handelt es sich prinzipiell um Online-Initiativen, die Alternativen zur traditionellen

Presselandschaft darstellen. Mithilfe elektronischer Medien und eines kleinen Mitarbeiterstabes berichten die Akteure über bestimmte Themen aus der näheren oder weiteren Umgebung. Üblicherweise konzentriert sich die Berichterstattung auf themenspezifische oder meinungsgefärbte Artikel, die die allgemeine Berichterstattung einer Lokalzeitung ergänzen.

Auch hier übt die Knight-Stiftung deutlichen Einfluss aus. So fördert der *Knight News Challenge* innovative Ideen für die Entwicklung von lokalspezifischen, medialen Plattformen, Instrumentarien und Dienstleistungen. Doch das Herzstück der Arbeit der Knight-Stiftung ist und bleibt das *Institute for Interactive Journalism* an der *American University*.

---

## The Institute for Interactive Journalism: J-Lab

*J-Lab* wurde 2002 von Jan Schaffer gegründet. Die Gewinnerin des Pulitzer-Preises arbeitete als Redakteurin des *Philadelphia Inquirer*, bevor sie bis 2001 Direktorin des *Pew Center for Civic Journalism* (siehe Pew-Stiftung oben) war. Zweck des von der Knight-Stiftung finanzierten *J-Lab* ist es, „Journalistinnen und Bürgern zu helfen, durch Nutzung digitaler Technologien neue Möglichkeiten zur Teilnahme am öffentlichen Leben zu entwickeln.“ Für dieses Ziel vergibt das Institut Startkapital, Preise und Auszeichnungen an innovative Journalisten und kreative Köpfe in der Lokalberichterstattung – so werden neben Medienunternehmerinnen und professionellen Journalisten auch „normale“ Bürger unterstützt. 2005 stellte *J-Lab* erstmals 12.000 Dollar als Startkapital im Rahmen eines landesweiten Wettbewerbs zur Verfügung. Bei Projekterfolg schloss sich im Folgejahr eine weitere Zahlung über 5.000 Dollar an.<sup>29</sup> Mittlerweile sind die Fördersummen gestiegen. *J-Lab* vergibt gegenwärtig 17.000 Dollar mit einer möglichen Nachfinanzierung in Höhe von 8.000 Dollar. Mit diesem Förderbetrag können kleine Projekte tatsächlich ins Rollen gebracht, allerdings nicht dauerhaft am Leben erhalten werden. Aber das ist Programm, denn Ziel ist es, Starthilfen für nachhaltige Innovationen bereitzustellen und nicht mehr – wie in der Vergangenheit üblich – Projekte über lange Zeit zu fördern. Auch wenn die Mehrzahl nicht überlebt, die Arbeit von *J-Lab* ist wegweisend für den innovativen Lokaljournalismus.

Neben der Projektfinanzierung hat das Institut verschiedene E-Learning-Websites aufgebaut, neue Instrumente für den interaktiven und partizipativen Journalismus entwickelt und eine alternative Jour-

nalistenausbildung geschaffen. Zudem hat *J-Lab* eine Datenbank mit Informationen über Projekte im Bereich der neuen Medien aufgebaut. Auch wenn diese Sammlung keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt, ist sie dennoch die umfassendste Auflistung von US-amerikanischen Projekten, die sich mit neuen Medien befassen. Über die reine Auflistung hinaus hat *J-Lab* hier auch Informationen zur Finanzierung der Projekte vermerkt. Auf Grundlage dessen muss festgehalten werden, dass von 2005 bis 2009 insgesamt 180 Bürger-, Familien- und andere Stiftungen fast 128 Mio. Dollar für US-amerikanische Presse- und Medieninitiativen zur Verfügung gestellt haben. Durch diese Mittel konnten 115 Medienprojekte in 17 US-Bundesstaaten und der Hauptstadt Washington gefördert werden. Einige dieser Projekte erhielten über mehrere Jahre Gelder.

Bei den neu geförderten Projekten handelt es sich nach Ansicht von Schaffer um publizistische Bemühungen, die bestimmte (sensible) Bereiche oder Regionen in den Mittelpunkt einer reflektierten und fairen Berichterstattung stellen und auch alltägliche Vorkommnisse, über die heutzutage kaum noch oder gar nicht mehr in den Nachrichten berichtet wird, thematisieren.<sup>30</sup>

Bis 2009 hat *J-Lab* 46 Neugründungen im Lokaljournalismus gefördert (von 1.249 seit 2005 eingereichten Vorschlägen), 2010 kamen zehn weitere Projekte hinzu.

---

<sup>29</sup> Der Autor des vorliegenden Berichts erhielt eine dieser frühen Auszeichnungen für die Website *Madison Commons*.

<sup>30</sup> *New Media Makers: A Toolkit for Innovators in Community Media and Grant Making; A report by J-Lab: The Institute for Interactive Journalism*, Mai 2009, S. 2; nachfolgend zitiert als *New Media Makers*; [http://www.j-lab.org/new\\_media\\_makers.pdf](http://www.j-lab.org/new_media_makers.pdf)

---

## Bürgerstiftungen

Der Erfolg des *J-Lab* und anderer Projekte im Bereich des Lokaljournalismus wie *Voice of San Diego*, *Daily Planet* und *MinnPost* unterstreichen die zentrale Rolle von Bürger- und Regionalstiftungen für den Nonprofit-Lokaljournalismus. Zu Recht lässt sich behaupten: Ohne umfangreiche und wachsende Finanzierung durch Bürgerstiftungen wird die positive Entwicklung gemeinnütziger Lokalmedien nicht nachhaltig sein.

Die 25 größten Bürgerstiftungen verfügten 2010 über ein Vermögen von geschätzten 23 Milliarden Dollar.<sup>31</sup> In einem 2010 veröffentlichten und mit Mitteln der Knight-Stiftung finanzierten Bericht über kommunal und lokal verankerte Stiftungen wurden 928 Organisationen untersucht. Gegenstand waren insbesondere die Förder- und sonstigen Aktivitäten im Bereich Information und Medien. Obwohl sich nur 135 Organisationen (15 %) an der Umfrage beteiligten, boten die Antworten nützliche Anhaltspunkte für die generelle Rolle, die Bürgerstiftungen für die Finanzierung von journalistischen Arbeiten und Lokalmedien spielen können. So hat die Hälfte der Beteiligten in der Vergangenheit Spendengelder für informations- oder medienbezogene Projekte zur

Verfügung gestellt. Insgesamt beliefen sich die Förderungen auf 165 Mio. Dollar, von denen ca. 64,4 Mio. in die Bereitstellung von Inhalten flossen.

Wie bereits oben erwähnt, übernimmt die Knight-Stiftung mit den *Knight Community Information Challenges* auch auf diesem Gebiet eine Führungsrolle. Sie wird im Laufe der nächsten fünf Jahre die Förderung von Bürgerstiftungen für Lokalnachrichten- und Informationsprojekte mit 24 Mio. Dollar unterstützen. Auf die erste Projektausschreibung 2009 hin gingen 170 Vorschläge ein. Die 21 Gewinner erhielten zusammen fünf Mio. Dollar von der Knight-Stiftung, die durch Fördergelder von Bürgerstiftungen in Höhe von zusätzlichen 4,1 Mio. Dollar ergänzt wurden.

Das Spendenengagement von Bürgerstiftungen reicht von einer Förderung in Höhe von 488.500 Dollar der *San Antonio Area Foundation* für die Verbesserung der Kommunikation in verschiedenen Kommunen bis hin zu 90.000 Dollar, die die *Berks County Community Foundation* für die Einrichtung von Informationszentren für Online-Communities zur Verfügung gestellt hat.

---

<sup>31</sup> <http://foundationcenter.org/findfunders/topfundere/top25assets.html>

---

# Investigativer Journalismus

**E**inen weiteren Schwerpunkt dieses Berichts bildet der investigative Journalismus. Auch wenn die gemeinnützige Förderung des Investigativjournalismus an sich nicht neu ist, hat sie in den letzten fünf Jahren doch enorm an Bedeutung gewonnen. Medienunternehmen aus diesem Bereich erhalten heute knapp 50 % aller Spendenmittel – Tendenz steigend. Aus der *New Media Makers*-Studie des *J-Lab* – der bislang umfangreichsten Untersuchung dieser Art – geht hervor, dass von den seit 2005 aufgewendeten Fördermitteln für Presse- und Medienprojekte in Höhe von fast 128 Mio. Dollar mehr als 56 Mio. Dollar für die Finanzierung von drei Projekten im Bereich des investigativen Journalismus eingesetzt wurden. Das meiste Geld erhielt *ProPublica* (30,8 Mio. Dollar), gefolgt vom *Center for Public Integrity* (18,1 Mio. Dollar) und dem *Center for Investigative Reporting* (7,3 Mio.).<sup>32</sup> Der investigative Journalismus dominiert also das Feld der gemeinnützigen Journalismus-Förderung. Allerdings verzerrt die Schenkung der Sandler-Stiftung in Höhe von 30 Mio. Dollar für *ProPublica* das Bild. Ohne diese große Einzelspende würden rein rechne-

risch nur ca. 25 % aller Fördermittel in den Bereich des investigativen Journalismus fließen, was nach Einschätzung der Autoren eher dem realen Spendenaufkommen entspricht. Dennoch, einer ganzen Reihe institutioneller Geldgeber, Familienstiftungen und individueller Stifter liegt der Fortbestand des investigativen Journalismus sehr am Herzen. Seine Kontrollfunktion wird von vielen als unentbehrlich für das Funktionieren der Demokratie betrachtet, so dass davon auszugehen ist, dass das Engagement für diesen Bereich weiter zunehmen wird.

Im Folgenden wird die Finanzierung des investigativen Journalismus detaillierter beleuchtet. Zunächst werden die drei wichtigsten Einrichtungen in diesem Bereich vorgestellt: das *Center for Investigative Reporting*, *ProPublica* und das *Center for Public Integrity*. Daran schließt sich ein kurzer Überblick über neuere Einrichtungen, neue Medien und innovative Projekte auf bundesstaatlicher Ebene an. Schließlich wird die *Sunlight Foundation* als Beispiel für ein neues Hybridmodell im investigativen Journalismus analysiert, die neben der praktischen Projektarbeit gleichzeitig Förderungen an andere vergibt.

## Center for Investigative Reporting

Das *Center for Investigative Reporting* (CIR) ist die älteste gemeinnützige Organisation in den USA, die sich mit investigativer Recherche und Berichterstattung beschäftigt. Das CIR wurde 1977 von den Journalisten Lowell Bergman, Dan Noyes und David Weir gegründet. Von CIR produzierte Reportagen sind in allen großen amerikanischen Zeitungen, darunter in der *New York Times* und der *Washington Post*, erschienen bzw. wurden von den drei großen Nachrichtensendern und in Programmen wie *PBS NewsHour*, *PBS Frontline*, *Time* und vielen anderen

gesendet. Das CIR arbeitet aktiv mit anderen Presseunternehmen, freien Journalisten und auch Universitäten zusammen. Artikel und Reportagen des CIR sind mit allen wichtigen amerikanischen Preisen für journalistische und investigative Arbeit ausgezeichnet worden und bildeten Anstoß für neue Gesetze und Anhörungen im Kongress.

Kürzlich hat das CIR elf Reporter, Produzentinnen und Redakteure für die Initiative *California Watch* eingestellt, die von der Irvine-Stiftung, der Hewlett-

---

<sup>32</sup> *New Media Makers*, S. 5



---

Stiftung und der Knight-Stiftung gefördert wird. Das Projekt versteht sich als Antwort auf die Tatsache, dass die Nachrichtenredaktionen im größten Bundesstaat des Landes immer weniger in der Lage sind, über kritische Fragen zu Bildung, Gesundheit und Sozialstaat sowie den Einfluss des Geldes auf die Politik zu berichten. Das Interesse der Irvine-Stiftung gilt insbesondere der effizienten Regierungsarbeit im Bundesstaat Kalifornien. Der Großteil der im Laufe von drei Jahren zur Verfügung gestellten 1,3 Mio. Dollar fließt in den Aufbau eines Büros in

der Hauptstadt Sacramento. Mithilfe der Fördermittel sollen Lösungen dafür gefunden werden, dass „Nachrichtenorganisationen immer weniger fundiert über Themen berichten, die zeigen, wie die Regierung [unseres Bundesstaates] arbeitet.“<sup>33</sup> Die Arbeit des CIR veranschaulicht, wie der investigative Journalismus auf bundesstaatlicher Ebene in den USA neu belebt werden kann, denn aufgrund finanzieller Kürzungen war diese kritische Perspektive in der Presse inzwischen fast verschwunden.

## ProPublica

*ProPublica* wurde 2008 von Herbert und Marion Sandler gegründet, deren Vermögen aus der *Golden West Financial Corporation* stammt. Sie statteten die Organisation mit einem Startkapital von zehn Mio. Dollar aus. Darüber hinaus verpflichteten sie sich, jährlich weitere zehn Mio. über die Sandler-Stiftung zur Verfügung zu stellen. Weitere Förderer von *ProPublica* sind die Knight-Stiftung, die MacArthur-Stiftung, *Atlantic Philanthropies* und die Stiftung *JEHT Foundation*. Die Organisation verfügte 2008 über ein Vermögen von 3,8 Mio. Dollar.<sup>34</sup> 2009 erhielt *ProPublica* neben der Sandler-Förderung weitere Spendenmittel in Höhe von einer Mio. Dollar. Allein in den ersten vier Monaten 2010 flossen bereits zwei Mio. Dollar in die Kassen von *ProPublica*.

Die journalistischen Arbeiten von *ProPublica* haben moralischen Anspruch und sollen die Lücke schließen, die die Medienkrise in der investigativen Berichterstattung hinterlassen hat. Dazu gehören sowohl

Reportagen als auch Datenbanken und andere journalistische Werkzeuge. *ProPublica* wurde 2010 für seine Recherchen über ein Krankenhaus und dessen Umgang mit den Folgen des Wirbelsturms Katrina ausgezeichnet. Eine investigative Reporterin von *ProPublica* hatte herausgefunden, dass mehrere Ärzte in einem Krankenhaus in New Orleans den Patienten tödliche Dosen an Schmerzmitteln gespritzt hatten, um der chaotischen und panischen Lage infolge der Flutkatastrophe Herr zu werden. Das Krankenhaus war von Strom- und Wasserversorgung abgeschnitten, die Ärzte waren völlig übernächtigt und die gesamte Situation überforderte alle Beteiligten. Veröffentlicht wurde die Reportage auf der Website von *ProPublica* und im *New York Times Magazine*.<sup>35</sup>

In der Nachrichtenredaktion der Organisation sind 32 Journalistinnen und Journalisten beschäftigt, von denen früher viele in großen Redaktionen gearbeitet haben. Das Gros der Artikel wird Presseunterneh-

---

<sup>33</sup> New Media Makers, S. 5

<sup>34</sup> [http://s3.amazonaws.com/propublica/assets/docs/propublica\\_report\\_may2010.pdf](http://s3.amazonaws.com/propublica/assets/docs/propublica_report_may2010.pdf)  
[http://s3.amazonaws.com/propublica/assets/docs/990\\_filed\\_090814.pdf](http://s3.amazonaws.com/propublica/assets/docs/990_filed_090814.pdf)

<sup>35</sup> <http://www.propublica.org/awards/item/pulitzer-prize-in-investigative-reporting-deadly-choices-at-memorial>

---

men kostenlos zur Verfügung gestellt und auf der Website von *ProPublica* veröffentlicht. Auf diese Weise erschienen 2009 insgesamt 138 Artikel in 38 verschiedenen Zeitungen und Zeitschriften. Die Inhalte werden über Lizenzverträge von *Creative Commons* und seit 2009 auch über die Mitglieder von *Associated Press* publiziert.<sup>36</sup>

*ProPublica* stellt eine Ausnahme im Bereich des Non-profit-Journalismus dar. Die Organisation verkörpert zwar beispielhaft, was bei ausreichender Finanzierung möglich ist, doch nach unserem Dafürhalten stellt sie nicht die Zukunft des gemeinnützig finanzierten Journalismus in den USA dar, denn – wenn überhaupt – werden nur wenige Organisationen in den Genuss einer solch komfortablen Kapitalausstattung kommen.

## Center for Public Integrity

Das 1989 gegründete *Center for Public Integrity* (CPI) gehörte zu den ersten Nonprofit-Zentren für investigativen Journalismus in den USA und ist heute mit 40 Angestellten und 100 Auslandskorrespondenten in 50 Ländern, die im Rahmen des globalen Netzwerks *International Consortium of Investigative Journalists* zusammenarbeiten, eines der größten. Sein Jahreshaushalt beträgt fünf Mio. Dollar. Journalisten des CPI fanden bei ihren Recherchen beispielsweise heraus, dass das Lincoln-Zimmer im Weißen Haus wichtigen politischen Geldgebern zur persönlichen Nutzung überlassen wurde. Alle vier Jahre erscheint ein Bericht über die Finanzierung des US-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampfes (das 2004 unter dem Titel „The Buying of the President“ herausgegebene Buch wurde ein Bestseller). Zu den wichtigsten Geldgebern des CPI gehören der *Fund for Independence in Journalism* und die Ford-Stiftung. Darüber hinaus ist die Organisation bestens in der stiftungsfinanzierten Medienlandschaft vernetzt. Derzeitiger Geschäftsführer des Zentrums ist Bill Buzzberg.

Aktuelle Projekte untersuchen Dysfunktionen der US-amerikanischen Regierung und die Lobbyarbeit rund um ein 2009 erlassenes Verkehrsgesetz. Andere Themenfelder sind die jährlichen Berichte über Änderungen der Offenlegungsgesetze der Bundesstaaten und die Benennung der für die Finanzkrise verantwortlichen Köpfe.

Im Jahr 2008 gab das CPI 3,9 Mio. Dollar für fünf Programmbereiche aus: Umwelt, Geld und Politik, internationale Angelegenheiten, Forschung und Entwicklung sowie Internet und Medien. Die Einnahmen des Instituts beliefen sich im selben Jahr auf ca. 8,3 Mio. Dollar, von denen 5,1 Mio. aus nicht zweckgebundenen Förderungen von Stiftungen und Großspendern, 2,8 Mio. aus zweckgebundenen Spenden und 300.000 Dollar aus Mitgliedsbeiträgen stammen.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> <http://www.propublica.org/article/associated-press-joins-steal-our-stories-movement-613>

<sup>37</sup> [http://www.publicintegrity.org/assets/pdf/CPI\\_report\\_2009.pdf](http://www.publicintegrity.org/assets/pdf/CPI_report_2009.pdf)

---

## Pulitzer Center on Crisis Reporting

Das *Pulitzer Center on Crisis Reporting* wurde 2006 gegründet. Der Arbeitsschwerpunkt der gemeinnützigen Organisation liegt auf der internationalen Berichterstattung für das US-amerikanische Publikum, vor allem in Themenbereichen, über die in den amerikanischen Medien wenig berichtet wird. Beiträge und Reportagen des Pulitzer Centers werden in den US-amerikanischen Mainstream-Medien und auch im Ausland veröffentlicht bzw. gesendet. Seine wichtigste Aufgabe sieht das Center aber in der Durchführung von Medienkampagnen bzw. -projekten. 2009 beteiligte es sich an über 40 Projekten, vielfach in Zusammenarbeit mit traditionellen Medienorganisationen.

Das *Pulitzer Center on Crisis Reporting* bietet auch Ausbildungsprogramme an. *Global Gateway* wurde entwickelt, um junge Menschen für globale Themen zu interessieren. Hinter *Citizen Engagement* verbirgt sich ein Wettbewerb für Journalistinnen und Journalisten in Zusammenarbeit mit YouTube. Der Gewinner wird vom Pulitzer Center als Berichtersteller ins Ausland geschickt.

Zu den wichtigsten Förderern des Centers gehören die *Emily Rauh Pulitzer Foundation* und die *David and Katherine Moore Family Foundation*. Die Ausgaben des *Pulitzer Center for Crisis Reporting* beliefen sich 2009 auf eine Mio. Dollar.<sup>38</sup>

## Sonderfonds und Netzwerke

In den letzten Jahren wurden zahlreiche Sonderfonds zur Förderung des investigativen Journalismus eingerichtet.

### Challenge Fund for Journalism

Der *Challenge Fund for Journalism* wurde 2004 von der Ford-Stiftung, der McCormick-Stiftung und der Stiftung *Ethics and Excellence in Journalism Foundation* eingerichtet. Er fördert Gruppen, die im Bereich der Jugendmedien, der Medien für ethnische Minderheiten und der investigativen Berichterstattung

aktiv sind, mit Finanzmitteln und Coaching, technischer Unterstützung und Vernetzungsmöglichkeiten. In den ersten fünf Jahren wurden durch das Programm acht Mio. Dollar an 44 Medienorganisationen vergeben.

### Investigative News Network

*Investigative News Network* ist ein 2009 gegründeter Zusammenschluss von gemeinnützigen Einrichtungen für investigativen Journalismus, darunter *National Public Radio* (NPR), *American Public Radio* und mehrere Start-ups. Seit 2010 sind bereits 40 Nach-

richtenredaktionen Mitglied. Im Rahmen des ersten gemeinsamen Projekts veröffentlichten sieben der gemeinnützigen Einrichtungen gleichzeitig Berichte über fehlende Strafen für Studierende wegen sexuellen Missbrauchs auf dem Campus.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Jahresbericht 2009: <http://www.pulitzercenter.org/temp/1PCFinalAnnualReport2009.pdf>

<sup>39</sup> <http://investigativenewsnetwork.org/2010/02/24/network-members-launch-first-major-collaborative-effort>

---

## Investigative Projekte auf bundesstaatlicher Ebene

Neben den oben beschriebenen großen landesweiten Institutionen im Bereich des investigativen Journalismus steigt auch die Zahl der Einrichtungen auf bundesstaatlicher und regionaler Ebene. Zwei der

wichtigsten werden im Folgenden vorgestellt: das *Wisconsin Center for Investigative Journalism* und das *New England Center for Reporting*.

### **Wisconsin Center for Investigative Journalism**

Das im Januar 2009 gegründete *Wisconsin Center for Investigative Journalism* untersucht die Integrität der Regierung und die Lebensqualität im US-Bundesstaat Wisconsin. Das Zentrum arbeitet mit der Universität von Wisconsin, dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Bundesstaat (*Wisconsin Public Radio* und *Wisconsin Public Television*), Mainstream-Nachrichtenmedien und Medien be-

stimmter ethnischer Gruppen zusammen. Bislang wurden zahlreiche Artikel in über 30 verschiedenen Medien veröffentlicht. Das Zentrum gehört zu den Gründungsmitgliedern des *Investigative News Network*. Es produziert Medienberichte, gewährt Interessierten Einblick in Recherchemethoden und bildet Studierende der Universität von Wisconsin im Bereich investigativer Journalismus aus.

### **New England Center for Investigative Reporting**

Das ebenfalls im Januar 2009 gegründete *New England Center for Investigative Reporting* hat seinen Sitz an der *Boston University* (BU), die das Zentrum auch finanziert. Es produziert investigative Berichte zu lokalen Themen, bildet den journalistischen Nachwuchs sowohl an der BU als auch an Highschools der Umgebung aus und experimentiert mit der digitalen Bereitstellung von langformatigen Inhalten. Die Einrichtung arbeitet mit zahlreichen lokalen Medienorganisationen, darunter dem *Boston Globe*, zusammen.<sup>40</sup>

Viele lokale Medienunternehmen stellen dem Zentrum ihre Mitarbeiter kostenlos zur Verfügung, der Sender *New England Cable News* z.B. dreimal in der Woche einen Produzenten, der auf investigative Berichterstattung spezialisiert ist. Andere wie der *Boston Globe* und einige Bostoner Radiosender helfen bei Bedarf mit weiteren Mitarbeitern aus. Für eine investigative Umweltberichterstattung erhielt das Zentrum Spenden in Höhe von 30.000 Dollar von Einzelpersonen und 35.000 Dollar von der *Deer Creek Foundation*.<sup>41</sup> Die Knight-Stiftung stellte kürzlich eine zweijährige Förderung in Höhe von 400.000 Dollar in Aussicht.

---

<sup>40</sup> <http://www.bu.edu/today/2009/05/20/covering-uncovering-story>

<sup>41</sup> [http://necir-bu.org/wp/?page\\_id=1043](http://necir-bu.org/wp/?page_id=1043)

---

## The Huffington Post

*The Huffington Post* ist ein bekannter liberaler Blog, den Arianna Huffington als Mitbegründerin maßgeblich geprägt hat. Der Blog ist ein gewinnorientiertes Unternehmen, das mit fünf Mio. Dollar vom Risikokapitalgeber *Softbank Capital* finanziert wurde.

2009 kündigte *Huffington Post* die Zusammenarbeit mit *Atlantic Philanthropies* an, um einen gemeinnützigen Fonds für investigativen Journalismus einzurichten. Ausgestattet mit einem Budget von 1,75 Mio. Dollar und zehn angestellten Journalisten, stel-

le der Fonds einen Versuch dar, den investigativen Journalismus in einer Zeit der Konzentration des Zeitungsmarktes und der nationalen Krise zu fördern, so Huffington. Dem Fonds steht Nick Penniman vor, Gründer des *American News Project*, das mit dem *Investigative Fund* fusionierte. Die Berichterstattung des Fonds versteht sich als überparteilich. Spenden an den *Investigative Fund* sind wie Zuwendungen für Stiftungen, Wohlfahrtsverbände und andere gemeinnützige Organisationen steuerlich absetzbar.<sup>42</sup>

## Sunlight Foundation

Die *Sunlight Foundation* ist eine gemeinnützige Medienorganisation, die gleichzeitig Förderungen vergibt. Sie arbeitet daran, die Transparenz und das Verantwortungsbewusstsein des Staates zu erhöhen, indem sie den Zugang zu Regierungsdaten und -informationen vereinfacht. Sie entwickelt Ideen und Modelle zum Thema Regierungstransparenz und gibt entsprechende Impulse. Eine von der *Sunlight Foundation* durchgeführte Kampagne will Bürger bestärken, Verantwortung seitens der Regierung einzufordern. Die Abteilung der Stiftung, die für investigative Arbeit zuständig ist, zeigt anhand von Fakten, warum dieses Einfordern wichtig ist. *Sunlight Foundation* verfügt weiterhin über eine Förderabteilung namens *Sunlight Labs*, die über Open-Source-Technologie versucht, Einfluss auf die Regierungsarbeit zu nehmen. Die Stiftung wurde 2006 durch eine Spende in Höhe von 3,5 Mio. Dollar von Michael Klein, einem pensionier-

ten Rechtsanwalt, gegründet. Seither hat sie u.a. von *Omidyar Network* Zuwendungen über acht Mio. Dollar, vom *Rockefeller Family Fund* über vier Mio. Dollar und von *Pew Charitable Trusts* über 2,5 Mio. Dollar erhalten.<sup>43</sup>

Die Stiftung vergibt Fördermittel an Organisationen, die über das Internet versuchen, die amerikanische Regierung stärker in die Verantwortung zu nehmen. Sie vergibt „Mini-Förderungen“ in Höhe von 1.000 bis 5.000 Dollar, aber auch deutlich höhere Zuwendungen, z. B. 1,2 Mio. Dollar für das *Center for Responsive Politics*. Dieses sollte damit seine Recherchen zu Geldquellen in der Politik fortsetzen und die Ergebnisse der Öffentlichkeit zugänglich machen. 2009 erhielt das *National Institute on Money in State Politics* Fördermittel in Höhe von einer Mio. Dollar, um Finanzdaten zum bundesstaatlichen Wahlkampf offenzulegen.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> In den USA sind Spenden und Schenkungen an gemeinnützige Organisationen, die gemäß IRS-Dokument 557 einen steuerbegünstigten bzw. 501(c)-Status haben, von der Steuer absetzbar. Üblicherweise gilt dies für alle amerikanischen Privatstiftungen, öffentlichen Wohlfahrtsorganisationen oder gemeinnützigen Fonds.

<sup>43</sup> <http://sunlightfoundation.com/funding>

<sup>44</sup> <http://sunlightfoundation.com/about/grants>

---

# Stiftungsfinanzierung für Themen-Journalismus

In den vergangenen zehn Jahren hat sich ein Trend entwickelt, den wir als vierten Schwerpunkt des vorliegenden Berichts untersuchen. Mehrere große Stiftungen, die sich in ihrer Arbeit auf bestimmte nicht-journalistische Politikfelder konzentriert haben, fördern zunehmend journalistische Arbeiten oder Büros, die über die Themenfelder der jeweiligen Stiftung berichten. Besonders deutlich tritt diese Entwicklung in den Arbeitsfeldern

Gesundheit und Umwelt zutage. Aller Voraussicht nach wird die Förderung des Themen-Journalismus deutlich zunehmen, denn Stiftungen, die den Journalismus bisher nicht explizit gefördert haben, entwickeln ein Interesse an qualitativ hochwertiger Berichterstattung zu ihrem Arbeitsfeld. Nachfolgend werden die beiden wichtigsten Projekte in diesem Bereich – *Kaiser Health News* und *Pew Stateline* – vorgestellt.

## *Kaiser Health News*

*Kaiser Health News*<sup>45</sup> ist unter den neueren Nachrichtenagenturen diejenige mit den vielleicht ambitioniertesten Zielen. Die 2009 gegründete gemeinnützige Presseorganisation berichtet über Gesundheitspolitik auf nationaler und bundesstaatlicher Ebene sowie über Trends in der Gesundheitsversorgung. Nach Angaben von Drew Altman, Präsident und CEO der *Kaiser Family Foundation*, die *Kaiser Health News* ins Leben gerufen hat, besteht die Aufgabe und Herausforderung der Organisation darin, „gesundheitspolitische Themen gründlich zu recherchieren und informativ darüber zu berichten, was im allgemeinen Nachrichtengeschäft kaum noch möglich ist.“ Die Organisation gibt Journalisten, die auf das Gesundheitswesen spezialisiert sind, die Möglichkeit, gut recherchierte Artikel zu schreiben und zu publizieren.

Andere Medienunternehmen können die Inhalte unter Quellenangabe von *Kaiser Health News* und einen Quellenlink auf deren Website kostenlos veröffentli-

chen. *Kaiser Health News* wird von den beiden Chefredakteurinnen Laurie McGinley, ehemals beim *Wall Street Journal*, und Peggy Girshman, ehemals beim *Congressional Quarterly* und *NPR*, geleitet. Diese Personalentscheidungen zeigen, dass auch Pressebüros, die sich auf spezielle Themen konzentrieren, verstärkt auf professionelle Journalisten und Medienmacher setzen.

Die Organisation ist eine Initiative der Stiftung *Henry J. Kaiser Family Foundation*, die sich für die Bereitstellung von Informationen zu wichtigen Gesundheitsthemen in den USA engagiert. Die Stiftung erforscht und analysiert Probleme im Gesundheitswesen, berichtet über Gesundheitsthemen, unterhält einen Informationsdienst und führt weltweit Gesundheitskampagnen durch. Die Berichterstattung von *Kaiser Health News* über die Pflege von alten Menschen und Langzeitpflegefälle wird von der *SCAN Foundation* gefördert.

---

<sup>45</sup> <http://www.kaiserhealthnews.org/About.aspx>

---

Die Kaiser-Stiftung unterstützt schon lange diverse Gesundheitsmedien. Begonnen hatte dieses Engagement 1993 mit einem Fellowship-Programm für Gesundheitsjournalisten. Heute fördert die Stiftung Forschungsarbeiten zu den Themen „Medien und Gesundheit“ sowie „Medien und Kinder“ und bietet Journalistinnen, die Minderheiten angehören und sich für die Gesundheitsberichterstattung interessieren, ein umfangreiches Praktikumsprogramm.

*Kaiser Health News* ist nur eine von vielen gemeinnützigen, stiftungsfinanzierten Organisationen, die Berichte über das Gesundheitswesen herausbringen. Einige davon sind geografisch fokussiert, wie das *California Center for Health-Care Journalism* und die *Connecticut Health Foundation*, andere thematisch orientiert wie *Women's Health*.

## Stateline

*Stateline*<sup>46</sup> ist eine gemeinnützige Website des *Pew Center on the States*, die tagesaktuelle Nachrichten bietet. Berichtet wird über Tendenzen und politische Themen und Maßnahmen in den einzelnen US-Bundesstaaten. *Stateline* wurde 1999 als Antwort auf die abnehmende Nachrichtenberichterstattung über die Regierungsarbeit der US-Bundesstaaten mit Mitteln von *Pew Charitable Trusts* ins Leben gerufen. 2008 wurde *Stateline* zu einem Projekt des *Pew Center on the States*, einem Zweig von *Pew Charitable Trusts*.

*Stateline* unterhält Publikationsvereinbarungen mit LexisNexis, Factiva und Organisationen, die zu *McClatchy-Tribune Information Services* gehören. Der Abdruck sämtlicher Inhalte von *Stateline* ist mit Hinweis auf die Quelle ohne redaktionelle Änderungen gestattet. Neben Berichten und Artikeln veröffentlicht *Stateline* kostenlos Referenzmaterial und den Jahresbericht „State of the State“.<sup>47</sup> Sämtliche Fördermittel für *Stateline* stammen ausschließlich von *Pew Charitable Trusts*.

---

<sup>46</sup> <http://www.stateline.org/live>

<sup>47</sup> <http://www.stateline.org/live/static/About+Us>

# Schlussfolgerung

---

**A**bschließend muss festgehalten werden, dass das US-amerikanische Presse- und Mediensystem gegenwärtig kaum qualitativ hochwertige journalistische Arbeiten hervorbringt. Das gilt insbesondere für den lokalen Bereich. Aber auch die investigative Berichterstattung, der Wirtschaftsjournalismus, die Berichterstattung über nationale und internationale Angelegenheiten sowie verschiedene Spezialthemen sind von dieser Krise betroffen. Die Gründe dafür sind komplex und umstritten. Aber zumindest ist man sich über einige Schlüsselfaktoren einig:

Erstens funktioniert in den USA das Geschäftsmodell des Massenjournalismus nicht mehr. Die klassischen drei Einnahmequellen haben sich grundlegend verändert. Erlöse aus dem Rubrikengeschäft sind fast vollständig weggebrochen, Werbeeinnahmen und Abonnementgebühren deutlich rückläufig. Kurz gesagt: Der amerikanische Qualitätsjournalismus, für den das Zeitungsgeschäft von jeher eine zentrale Rolle gespielt hat, droht zu verschwinden.

Zweitens lesen Menschen unter 30 Jahren ihre „Nachrichten“ immer häufiger in Internet-Portalen wie *Yahoo! Nachrichten*, *Google News* usw. Nur sind dies keine wirklichen Nachrichten. Hinzu kommt, dass die Informationen von Internet-Portalen und Webbrowsern verstärkt über soziale Medien (*Facebook*, *Twitter* u.a.) verbreitet werden, so dass die eigentlichen Nachrichtenquellen nicht mehr erkennbar sind. In der Konsequenz heißt dies, dass Nachrich-

tenproduzenten (journalistische Einrichtungen) keine Vergütung für ihre Arbeit erhalten und, was ebenso wichtig ist, dem Leser nicht mehr bewusst ist, dass er eigentlich einen journalistischen Beitrag liest.

Trotz der Vielzahl von neuen Medien werden drittens Initiativen im Bürger-Journalismus, Blogs von Individuen und Gruppen, Politblogs usw. den klassischen Journalismus nicht von heute auf morgen ersetzen. Manche Stimmen meinen, die journalistische Qualität und der Mehrwert der neuen Medien werden sich allmählich entwickeln, während traditionelle Formen des Qualitätsjournalismus, die auf einem Vertriebs- und Informationsmonopol beruhen, neu definiert werden müssen. Andere vertreten die Auffassung, dass das Verschwinden des alten Qualitätsjournalismus ein Vakuum hinterlasse, das die Summe der neuen Nischenprodukte nicht wieder mit Leben füllen könne. Nichtsdestotrotz gibt es eine Lücke, die erst allmählich von den neuen gemeinnützigen Start-ups ausgefüllt wird.

In den USA füllt das Stiftungswesen manch Haushaltsloch und federt so die Krise etwas ab. Dass dies legitim und vor allem nötig ist, darüber besteht zunehmend Einigkeit. Allerdings bleibt fraglich, ob Stiftungen tatsächlich die entsprechenden Ressourcen zur Verfügung stellen können, um nachhaltig in Alternativangebote zu investieren, ob sie über das nötige Wissen verfügen, um die besten Projekte zu identifizieren und ob diese Projekte sich dann langfristig auch selbst finanzieren können.



---

# Der Erfolg und seine

In den letzten zehn Jahren ist in den USA ein lebendiger gemeinnützig finanzierter Journalismus entstanden. US-amerikanische Stiftungen, allen voran die Knight-Stiftung, haben dazu entscheidende Beiträge geleistet. Ihr Engagement hat deutliche Auswirkungen auf die Praxis im Lokaljournalismus und belebt die Arbeit des investigativen Journalismus. Neue technische Möglichkeiten wurden entwickelt und Ausbildungszentren für Journalisten aufgebaut. Ob diese Entwicklungen auch auf längere Sicht Bestand haben werden, wird sich zeigen, zumindest aber haben die Stiftungen in der Zeit der Krise eine kritische Lücke geschlossen.

Auch der Bereich des Nonprofit-Lokaljournalismus ist immens gewachsen. Wie oben dargestellt, gab es bis zum Jahr 2000 praktisch keine Alternativen zur klassischen Lokalzeitung. Mittlerweile beleben mehr als Tausend verschiedene lokale Angebote die Medienlandschaft, darunter auch Mikroblogs, in denen nur für die direkte Nachbarschaft berichtet wird. In vielen US-amerikanischen Großstädten gibt es mittlerweile Online-Medienorganisationen, die qualitativ hochwertige journalistische Arbeit leisten, Recherchen vor Ort durchführen und die klassischen Kontrollfunktionen des Journalismus ausüben, wie beispielsweise der *New Haven Independent*, *The Voice of San Diego*, *MinnPost* und der *St. Louis Beacon*. All diese Projekte konnten dank gemeinnütziger Finanzierungen aufgebaut werden. Derzeit überlegen die Genannten, ihre Finanzierungsmodelle umzustrukturieren, so dass auch Mittel aus Werbung, Abonnementgebühren oder anderen Einnahmequellen verwendet werden können. Die Anzahl unabhängiger lokaler Online-Medien, von denen viele von ehemaligen Printjournalisten ins Leben gerufen wurden, wächst von Jahr zu Jahr.

Diese Initiativen wären ohne Stiftungsmittel nicht gegründet worden und hätten ohne Weiterfinanzie-

rung nicht bis heute überlebt. Das ist die gute, aber gleichzeitig auch die schlechte Nachricht für diesen immer wichtiger werdenden Bereich. Der Stiftungswelt gelingt es zwar, die Saat zu säen, aber bislang ist kein einziges dieser zarten Pflänzchen allein überlebensfähig. Das mag sich ändern. Aber es wird sicher noch fünf bis zehn Jahre dauern, bis die Erfahrungen zeigen, welche der neuen Modelle – wenn überhaupt – eigenständig genügend Einnahmen generieren können. Um auf Dauer Bestand zu haben, müssen die neuen Nonprofit-Unternehmen weitere Konsumenten gewinnen und mit weniger als 25 % Stiftungsfinanzierung auskommen. Nach unserem Dafürhalten ist dieser Prozentsatz die kritische Marke. Sie werden nie ganz ohne stiftungsbasierte Fördermittel auskommen, können aber durchaus erfolgreich sein, wenn sie aus Abonnements und anderen Quellen 60 bis 75 % ihrer Betriebskosten decken.

Dies gilt umso mehr für die vorgestellten „Themen“-Websites und für Projekte im investigativen Journalismus. Zwar ist *ProPublica* die erste Online-Einrichtung, die den begehrten Pulitzer-Preis gewonnen hat, aber die Autorin der Reportage über das Krankenhaus in New Orleans hatte ein Berufs-Stipendium von der Kaiser Stiftung, die sich ebenfalls im Medienbereich engagiert. Veröffentlicht wurde die Geschichte von der *New York Times*. In zweierlei Hinsicht ist bei aller Freude über den Erfolg Vorsicht geboten: Obgleich *ProPublica* wichtige Unterstützungsarbeit leistete, waren externe Spendenmittel nötig, um die Reportage zu entwickeln, die schließlich von der *New York Times* veröffentlicht wurde.

Das Beispiel *ProPublica* ist ein wichtiges Modell für die Entwicklung und Verbreitung offensiver und qualitätsorientierter journalistischer Arbeit. Es darf aber auch nicht übersehen werden, dass die Organisation mit einer Spende von 30 Mio. Dollar ihre Arbeit aufnahm. Ähnliches wird man in diesem Bereich

---

# Grenzen

sicher nicht so schnell wieder erleben. Auf lange Sicht überlebensfähiger bzw. nachhaltiger erscheint das Modell des *Center for Investigative Reporting*, das seit mehreren Jahren erfolgreich Reportagen und Berichte für die wichtigsten kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Qualitätsmedien hervorbringt. Das CIP, das mit einem bescheideneren Budget von fünf Mio. Dollar auskommt, arbeitet mit der Journalistischen Fakultät der *University of California, Berkeley* zusammen und hat ein Büro in Kalifornien aufgebaut. Der Bundesstaat steht im Mittelpunkt seiner Berichterstattung.

Ein einschlägiges Erfolgsmodell gibt es im Bereich des investigativen Journalismus allerdings noch nicht. Auch künftig wird dieser Bereich in großem Maße von Spendenmitteln abhängig sein.

Was lässt sich aus dem gemeinnützigen Engagement im Investigativ- und Lokaljournalismus lernen? Die Stiftungsfinanzierung bietet ein Fundament für neue Ideen, die Lücken in der von heftigen Umbrüchen geprägten Medienlandschaft schließen. Stiftungen können ein Garant dafür sein, dass beim Wandel einer größtenteils printbasierten Kultur zu einer Online-Kultur alte Traditionen nicht untergehen, sondern in den neuen Online-Medien fortbestehen, zumindest bis diese ohne komplette Spendenfinanzierung überlebensfähig sind. Das ist der Ansatz der Knight-Stiftung, wenngleich diese mitunter zu breit aufgestellt ist und Ressourcen nicht immer effizient und erfolgversprechend bündelt.

Die Finanzierung von gemeinnützigem Journalismus durch Stiftungsmittel beruht zum Teil auf der Struktur der US-amerikanischen Zivilgesellschaft, ihrer Unternehmer- und Freiwilligenkultur sowie dem US-amerikanischen Spenden- und Stiftungswesen. Als unabhängige Akteure investieren amerikanische Stiftungen und Großspender relativ hohe Summen

und konkurrieren darum, ihre unterschiedlichen Visionen von gesellschaftlicher Verpflichtung umzusetzen. Gleichzeitig zeigt das amerikanische Beispiel, dass große Experimente mit relativ bescheidenen Mitteln angeschoben werden können und ein neues Arbeitsfeld geschaffen werden kann. Die vergleichbaren Rahmenbedingungen in den USA und Europa lassen den Schluss zu, dass bei einem ähnlich hohen Spendenengagement in Europa die Chancen für sinnvolle Umstrukturierungen im Journalismus durchaus gut stehen.

# Exkurs: Deutsche Stiftungen und Journalismusförderung

---

In Ergänzung zu der ausführlichen Untersuchung des Feldes in den USA hat Active Philanthropy für Deutschland eine kleine Recherche durchgeführt, um herauszufinden, welche Stiftungen hierzulande mit welchen Ansätzen und Methoden Journalismus und/ oder Medienarbeit unterstützen. Grundlage der deutschen Erhebung ist eine Internetrecherche über die Stiftungsdatenbanken des Bundesverbands Deutscher Stiftungen und des Maecenata Instituts. Ergänzend hierzu wurden Online-Datenbanken für Journalistenpreise und die Angebote der „Internationale Journalistenprogramme e.V.“ (IJP) untersucht. Zur Abrundung und Validierung der Informationen wurden zudem die Internetseiten der identifizierten Stiftungen in die Recherche eingebunden. Darüber hinaus wurden qualifizierte Interviews mit ausgewählten Experten aus dem Überschneidungsbereich zwischen der Journalismus-Szene und dem Stiftungssektor geführt. Diese Gespräche haben die Ergebnisse der Onlinerecherche bestätigt. Ergänzende Einschätzungen und Anmerkungen der Experten wurden in die Datensammlung aufgenommen.

Die Recherche hat 78 deutsche Stiftungen identifiziert, die ausdrücklich praktische journalistische Programme und Projekte fördern. 14 dieser Stiftungen werden zum großen Teil mit öffentlichen Mitteln finanziert, daher bezeichnen wir sie in diesem Bericht als „öffentliche Stiftungen“ im weiteren Sinne. Die restlichen 64 Stiftungen sind private Stiftungen, die sich weitgehend durch Stiftungen, Zustiftungen und Spenden aus privaten Vermögen finanzieren. Betrachtet man die Gesamtzahl der in Deutschland registrierten Stiftungen (mit Stand vom Februar 2010 waren in Deutschland 17.372 Stiftungen verzeichnet<sup>48</sup>), erscheint der Anteil derer, die Journalismus fördern, sehr gering (knapp 0,45 %). Dies legt die Vermutung nahe, dass qualitativer Journalismus in Deutschland ein (noch) unterfördertes Thema ist.

Für gut die Hälfte der identifizierten Stiftungen, die journalistische Programme fördern (42), ist diese Aktivität kein originäres Anliegen, sondern eher ein Mittel zur Erreichung anderer Ziele bzw. des eigentlichen Stiftungszwecks, der unter Umständen allenfalls sehr entfernte Verbindungen zum Journalismus aufweist. Am deutlichsten ist Journalismusförderung als Stiftungszweck an sich bei den Stiftungen formuliert, die ihren Ursprung im Medienbereich oder im Journalismus haben (z.B. ZEIT Stiftung, Rudolf Augstein Stiftung, taz Panter Stiftung), z.T. aber auch bei den Stiftungen der politischen Parteien oder von Gewerkschaften (z.B. Otto Brenner Stiftung).

Zur Erreichung eines bestimmten Ziels bedient man sich in der Philanthropie sogenannter „Hebel“, die auch als gesellschafts- oder systemtheoretische Ansätze verstanden werden können, mit denen ein gestecktes Ziel erreicht werden soll. In der Regel spiegeln diese Ansätze die sogenannte „Theory of Change“<sup>49</sup> wider, d.h. die Überzeugung oder Vorstellung eines Stifters davon, wie Veränderungen gesellschaftlicher Bedingungen oder Situationen erzielt werden können und sollen.

Für das Ziel der Journalismusförderung nutzen die deutschen Stiftungen vor allem die folgenden Hebel (jeweilige Anzahl der betreffenden Stiftungen in Klammern):

- Leadership- und Elitenförderung (37)
- Wissenschaft und Bildung (26)
- Kooperation und Vernetzung (13)

---

<sup>48</sup> Bundesverband Deutscher Stiftungen; Stiftungen in Zahlen, Stand Februar 2010

<sup>49</sup> s. hierzu auch: Aletta von Meibom, Alarm im Hühnerstall, Active Philanthropy, 2010

---

Deutlicher wird das Vorgehen bei der Betrachtung der konkreten Fördermethoden oder –instrumente. Zur Förderung von Qualitäts-Journalismus nutzen die meisten Stiftungen:

- Die Vergabe von Journalistenpreisen und Auszeichnungen (40)
  - Die Förderung journalistischer Ausbildung (28)
  - Die Organisation von Austausch- und Leadership-Programmen (16)
  - Durchführung von Konferenzen, Seminaren, Workshops und Tagungen (7)
  - Sowie medienpädagogische Projekte (4)
- **Vergabe von Journalistenpreisen und Auszeichnungen:**

Insgesamt sind in Deutschland derzeit 295 Journalistenpreise<sup>50</sup> bekannt, zahlreiche davon werden von gemeinnützigen Stiftungen ausgelobt. Allerdings werden drei Viertel dieser Preise von Einrichtungen vergeben, die nicht aus der Medienbranche stammen und die mit der Preisverleihung eigene inhaltliche Interessen verfolgen, wie z.B. die Aufmerksamkeit für eine bestimmte Krankheit zu erhöhen, deren Bekämpfung der Preisstifter fördert. Dabei entsteht schnell der Eindruck, dass für eine Auszeichnung die Berichterstattung über spezielle inhaltliche Themen eine größere Rolle spielt als die journalistische Qualität oder Leistung an sich.

Einer der bedeutendsten Journalistenpreise in Deutschland ist der *Herbert Quandt Medien-Preis* für Wirtschaftsjournalismus, der jährlich von der Johanna-Quandt-Stiftung an Journalisten und Publizisten aller Medien verliehen wird, die sich „in anspruchsvoller und allgemeinverständlicher Weise mit dem Wirken und der Bedeutung von Unternehmern und Unternehmen in der Marktwirtschaft auseinandersetzen“. Die Johanna-Quandt-

Stiftung „wird getragen von der Überzeugung, dass Unternehmer und Unternehmen als wichtige Säulen der marktwirtschaftlichen Ordnung einer gesellschaftlichen Akzeptanz bedürfen“.<sup>51</sup> Dementsprechend verfolgt sie das Ziel, das Verständnis für die marktwirtschaftliche Ordnung und für die Bedeutung des privaten Unternehmertums als Träger der wirtschaftlichen Entwicklung in der Öffentlichkeit und den Medien zu fördern. Der *Herbert Quandt Medien-Preis* ist einerseits ein wichtiges Projekt zur Förderung eines qualitativ hochwertigen Wirtschaftsjournalismus, auf der anderen Seite dient die Unterstützung des Journalismus der Stiftung auch als Hebel oder Mittel zur Verwirklichung ihres eigentlichen Zwecks, der Förderung des freien Unternehmertums. Der *Herbert Quandt Medien-Preis* ist insgesamt mit 50.000 Euro dotiert.

- **Förderung von journalistischer Ausbildung:**

Dies geschieht häufig durch Vergabe von Ausbildungs-Stipendien an einzelne Personen, bisweilen finanzieren Stiftungen auch ganze Ausbildungsgänge oder akademische Einrichtungen.

Über die *taz Akademie* führt die taz Panter Stiftung z.B. Workshops für junge Menschen mit journalistischen Vorkenntnissen im Alter von 18 – 28 Jahren durch. In vier Tagen bieten die Workshops je 10 Teilnehmern eine praxisorientierte Einführung in den kritischen Journalismus. Zudem bietet die Stiftung ein 18-monatiges Volontariat und ein dreimonatiges Traineeprogramm in der taz-Redaktion für je eine Frau mit Migrationshintergrund an. Die *taz Akademie* wurde 2009 gegründet, „um die Werte und Überzeugungen des nachhaltigen und kritischen Qualitätsjournalismus an die nächste Generation junger JournalistInnen weiterzugeben“<sup>52</sup>.

---

<sup>50</sup> Quelle: <http://www.journalistenpreise.de>

<sup>51</sup> <http://www.johanna-quandt-stiftung.de>

<sup>52</sup> [www.taz.de/zeitung/taz-panter-stiftung/akademie](http://www.taz.de/zeitung/taz-panter-stiftung/akademie)

---

Die taz Panter Stiftung fördert Meinungsvielfalt und Partizipation. Ihr bekanntestes Projekt ist wohl der *taz Panter Preis*, der seit 2005 jährlich an sogenannte „HeldInnen des Alltags“, d.h. an Menschen, „die sich selbstlos, mutig, kreativ für andere einsetzen“, vergeben wird. Der Preis ist mit 5.000 Euro dotiert und fördert die Aufmerksamkeit und Anerkennung gegenüber ehrenamtlich engagierten Bürgern und Bürgerinnen.

Auch die von dem ehemaligen Verleger Rudolf Augstein gegründete Rudolf Augstein Stiftung fördert den journalistischen Nachwuchs: Sie unterstützt Lehreinrichtungen der Politik- und Medienwissenschaft und schreibt einjährige, mit 2.000 Euro monatlich dotierte Stipendien für engagierte Journalisten jeden Alters aus, die sich mit Themen aus Politik, Gesellschaft oder Kultur befassen. Überdies vergibt die Stiftung Reisestipendien in unterschiedlicher Höhe, wobei beide Richtungen möglich sind: für deutsche Journalisten in das Ausland und für Journalisten aus dem Ausland nach Deutschland.

- **Organisation von Austausch- und Leadership-Programmen:**

Neben reinen Austauschprogrammen für Journalisten bieten vor allem größere Stiftungen allgemeine Austauschprogramme für Führungskräfte und den Führungskräftenachwuchs an (sogenannte „Leadership-Programme“), zu denen häufig auch Journalisten eingeladen werden, meistens aber nicht die Kernzielgruppe bilden.

Zu den klassischen Austauschprogrammen für Journalisten gehört z.B. das *Marion Gräfin Dönhoff-Programm* der ZEIT-Stiftung. Das Programm ermöglicht Journalisten aus Deutschland und aus

osteuropäischen Ländern einen zweimonatigen Arbeitsaufenthalt in dem jeweils anderen Land.

Auch die Organisation „Internationale Journalistenprogramme e.V.“ bietet Stipendien für zahlreiche Arbeitsaufenthalte im Ausland. Mit ihren Programmen, die auf unterschiedliche Länder oder Regionen ausgerichtet sind, fördert die Organisation hochqualifizierte Redakteure, Reporter und freie Autoren aller Medien (Print, TV, Radio, Online) im Alter von 18 bis 40 Jahren mit je 2.500 bis 5.000 Euro. Die Stipendiaten arbeiten mindestens sechs Wochen als Gastautoren für ausländische Redaktionen ihrer Wahl und als Korrespondenten für ihre Heimatmedien. Die IJP werden getragen von den aktiven Mitgliedern des Vereins, die selbst Journalistinnen und Journalisten sind. Finanzielle Unterstützung erhalten die IJP von öffentlichen Institutionen und privaten Sponsoren, darunter auch zahlreiche gemeinnützige Stiftungen.

Die BMW Stiftung Herbert Quandt führt dagegen zahlreiche allgemeine Leadership-Foren durch. Diese dienen dem Austausch von sogenannten „young professionals“ aus den Bereichen Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, NGOs u. Medien, um gemeinsam Lösungen für politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Herausforderungen zu entwickeln. Die Stiftung sieht sich als Vernetzungsplattform zu gesellschaftlichen Themen. In diesem Kontext sind Journalisten Mittler und Meinungsbildner.

- **Durchführung von Konferenzen, Seminaren, Workshops und Tagungen:**

Hierzu zählen vor allem Mediengespräche und –konferenzen oder Medienforen, die dem Austausch zwischen Journalisten, Medienpolitikern

---

und anderen Stakeholdern dienen. Zum Teil bieten größere Medienforen auch Fortbildungseinheiten für Journalisten an.

Seit drei Jahren führt die Robert Bosch Stiftung z.B. die *Deutsch-Russischen Mediengespräche* und die *Deutsch-Polnischen Medientage* durch. Dabei treffen sich auf Einladung der Stiftung und ihrer Projekt-Kooperationspartner Journalisten der jeweiligen Länder zum Austausch über aktuelle Themen aus Medienpolitik und –praxis. Journalisten übernehmen für die Robert Bosch Stiftung eine wichtige Mittlerrolle, indem sie unterschiedlichste Themen kritisch und verständlich aufbereiten und einem breiten Publikum zur Verfügung stellen. Bei der Vermittlung von naturwissenschaftlichen Themen oder in der Völkerverständigung sind Journalisten wichtige Partner für die Stiftung.

Eine ähnliche Rolle spielen Journalisten für die Dräger-Stiftung in der Unterstützung der Entwicklung und Förderung von Lösungsansätzen für globale wirtschaftliche und soziale Herausforderungen. Im besten Fall sieht die Dräger-Stiftung Journalisten als „Agents of Change“. Daher hat die Stiftung im Jahr 2006 die internationale Workshop- und Konferenzreihe *Ankelehe Conversations* eingerichtet. Sie gibt Journalisten und politischen Autoren einmal jährlich die Gelegenheit, miteinander und mit hochkarätigen Referenten aus Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Politik über relevante globale Themen zu diskutieren und zu streiten.

#### ▪ **Medienpädagogische Projekte:**

Die Projekte richten sich in der Regel an Schüler und Jugendliche und sind häufig in Demokratieverziehungs- oder Partizipationsprogramme ein-

gebunden. Die Stiftungen der Landesrundfunkanstalten, wie die Stiftung Medienkompetenz Forum Südwest (Stiftung MKFS) oder die Stiftung Zuhören, führen beispielsweise zahlreiche Zuhör-, Radio-, Video- oder Schreib- und Lese-Projekte für Schüler und Jugendliche durch. Aber auch einige private Stiftungen sind in diesem Feld aktiv. Die Kreuzberger Kinderstiftung oder die Doris Wuppermann Stiftung fördern u.a. Jugendmedien-camps oder Schülerzeitungs- und –videoprojekte als Instrument der aktiven Demokratieerziehung.

Die Untersuchung hat dagegen lediglich eine deutsche Stiftung identifiziert, die kritischen Journalismus und investigative Reportagen als ausdrücklichen Stiftungszweck bereits in nennenswertem Umfang unterstützt: Mit der Verleihung des *Otto Brenner Preis* will die gleichnamige Stiftung gesellschaftlich relevante, aber nicht ausreichend behandelte Themen in das Blickfeld der Öffentlichkeit rücken. Zudem will sie Journalisten dazu ermutigen, unbequeme Fragen zu stellen, Missstände zu benennen und eigenständige und gründliche Recherchen durchzuführen. Der Preis wird jährlich in drei Kategorien vergeben und ist insgesamt mit 45.000 Euro dotiert. Die klassische Kategorie des *Otto Brenner Preis* wird unter dem Titel „Kritischer Journalismus – Gründliche Recherche statt bestellter Wahrheiten“ vergeben. Die Dotierungen sind: 10.000 Euro für den Erstplatzierten, 5.000 Euro für den Zweitplatzierten und 3.000 Euro für den Drittplatzierten. Die Kategorie *Otto Brenner Preis Spezial* zeichnet die beste Analyse (Leitartikel, Kommentar, Essay) mit 10.000 Euro aus. Die Doppelkategorie *Newcomer- und Medienprojektpreis* ist mit 2.000 Euro dotiert. Mit dem Newcomerpreis zeichnet die Jury junge BewerberInnen aus, die durch herausragende Leistungen aufgefallen sind und (bisher) nicht im Medienbetrieb

---

etabliert sind. Der Medienprojektpreis zeichnet außergewöhnliche Projekte und innovative Leistungen aus: langjährige intensive Recherchen zu einem wichtigen und schwierigen Thema kommen dafür ebenso infrage wie interessante oder überraschende Darstellungsformen für die Ergebnisse der journalistischen Arbeit. Eingebettet in den Journalisten-Wettbewerb vergibt die Stiftung darüber hinaus jährlich drei Recherche-Stipendien in Höhe von je 5.000 Euro in Kooperation mit dem *netzwerk recherche*. Die jeweiligen Stipendiaten werden von erfahrenen Journalisten begleitet, die als Mentoren bei der journalistischen Arbeit zur Seite stehen.

Eine ähnliche Initiative ist in Deutschland bisher lediglich aus der privaten Wirtschaft bekannt: Zur Stärkung der Meinungs- und Pressefreiheit hat die E.ON Ruhrgas AG die *kontext – Gesellschaft zur Förderung junger Journalisten* gegründet, die jährlich 10 Recherchestipendien in Höhe von jeweils 30.000 Euro an Journalistikstudenten, Jungredakteure und freie Journalisten im Alter bis 35 Jahre vergibt.

Auch über die *kontext*-Initiative hinaus ist privatwirtschaftlichen Unternehmen als Förderer von qualitativem Journalismus in Deutschland Beachtung zu schenken. Neben der Robert Bosch Stiftung und dem Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft gehört die BASF SE z.B. zu den Hauptunterstützern der *Initiative Wissenschaftsjournalismus*. Angesiedelt an der TU Dortmund verfolgt die Initiative das Ziel, die unabhängige und hochqualitative wissenschaftsjournalistische Berichterstattung in Deutschland zu stärken. Von Anfang 2008 bis Ende 2011 bietet die Initiative dazu Weiterbildungsprogramme und Vernetzungsmöglichkeiten für Wissenschaftsjournalisten in Deutschland an. Seit 2010 vergibt die Initiative auch Ad-hoc-Stipendien für wissenschaftsjournalistische Rechercheprojekte. Damit sollen vor allem innovative Projekte, die die Perspektiven

der Berichterstattung über Wissenschaft erweitern, ohne langen Vorlauf unterstützt werden können. Das Stipendium beträgt maximal 10.000 Euro.

Weitere Förderer von Journalismusprojekten sind Zeitungsverlage wie die WAZ-Gruppe oder Gruner + Jahr, wissenschaftliche Institute (z.B. Max-Planck-Institut), Verbände wie der Deutsche Journalistenverband oder der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft sowie freie, z.T. gemeinnützige Initiativen und Vereine (z.B. Reporter-Forum e.V.; *netzwerk recherche*).

Darüber hinaus gibt es ein paar deutsche Stiftungen, die, obgleich sie keine finanzielle Förderung für konkrete Journalistenprogramme leisten, sich auf demokratietheoretischer oder medienwissenschaftlicher Ebene mit der Entwicklung des Journalismus in Deutschland beschäftigen. *Zukunft des Journalismus – Qualitätsjournalismus in der digitalen Moderne* lautet beispielsweise der Titel eines Projekts von der Stiftung Neue Verantwortung. Die Stiftung versteht sich als Think Tank, der interdisziplinäres und sektorübergreifendes Denken zu wichtigen gesellschaftspolitischen Themen und Herausforderungen im 21. Jahrhundert fördert. Um der derzeitigen „Krise öffentlicher Information“ zu begegnen, bedarf es nach Auffassung der Stiftung eines öffentlichen Diskurses zur Bedeutung und Rolle des Journalismus in pluralistischen demokratischen Gesellschaften.<sup>53</sup> Diesen Diskurs möchte die Stiftung mit dem Projekt anregen und dabei Ursachen für die derzeitige Krise, mögliche Lösungswege sowie Fragen zur journalistischen Berufsethik erörtern. Ziel ist die Entwicklung eines Leitbildes für qualitativen Journalismus in der digitalen Moderne.

Auch die Hamburger Stiftung für Wirtschaftsethik, die u.a. auch Projekte im Bereich der Medienethik und der politischen Ethik anregt, durchführt und un-

---

<sup>53</sup> <http://www.stiftung-nv.de/139232,1031,131036,-1,Zukunft%20des%20Journalismus,0,0,0.aspx>

---

terstützt, hat sich mit der Situation und Entwicklung des Journalismus in Deutschland beschäftigt. Die Stiftung hat beispielsweise ein Forschungsprojekt zum Thema Web 2.0 und Medienethik unter Leitung der Hamburg Media School unterstützt. Sie hat das Buch „Journalismus nach der Krise“ von den beiden Jung-Journalisten Felix Rohrbach und Anne Kunze ermöglicht und sich in internen und öffentlichen Diskussionen mit der Zukunft des Journalismus in Deutschland auseinandergesetzt.

Verglichen mit den von Prof. Lew Friedland in seiner Recherche beschriebenen Projekten und Initiativen in den USA fällt die Förderung von qualitativ hochwertigem, kritischem Journalismus in Deutschland insgesamt jedoch noch sehr konservativ aus. Der Großteil der vergebenen Förderungen konzentriert sich auf die Unterstützung einzelner, besonders begabter oder kompetenter Personen (Ausbildungsstipendien oder Preisverleihungen), während die Einrichtung oder Unterstützung ganzer Institutionen zur Förderung von beispielsweise investigativer Berichterstattung noch nicht stattfindet. Dabei könnte die institutionelle Unterstützung eine ungleich größere Hebelwirkung für den qualitativ hochwertigen Journalismus und dessen Wahrnehmung in der Öffentlichkeit erzielen.

Bei den Journalistenprogrammen von Stiftungen stehen außerdem zumeist die Sicherung oder Fortführung der Arbeit für klassische Medien wie Fernsehen, Hörfunk, Tageszeitungen oder Wochen- und Monatsmagazine im Fokus. Innovative Formate, die in stärkerem Maße das Internet nutzen (wie in den USA z.B. *spot.us*), werden dagegen in Deutschland bisher kaum bedacht. Auffallend ist weiterhin, dass die bisherigen Journalistenprogramme von Stiftungen allein auf die Qualität journalistischer Ausbildung und Leistungen zielen, nicht aber auf die Rahmenbedingungen für Medienvertrieb und –nutzung, die sich

in den letzten Jahren stark verändert haben. Das heutige Medienverhalten, das sich durch immer stärkere Nutzung des Internets auszeichnet, erfordert jedoch die Entwicklung und das Ausprobieren ganz neuer Ansätze und Geschäftsmodelle für den Journalismus. Voraussetzung hierfür ist zum einen die Erkenntnis aller Akteure, Journalisten, Medienmacher wie auch deren Förderer, dass das Problem im Journalismus nicht hauptsächlich auf der Qualitäts-, sondern vielmehr auf der strukturellen Ebene liegt. Zum anderen ist ein hohes Commitment gefragt, um neue Lösungsansätze für die aktuellen Fragestellungen zu finden. Die Entwicklung und Erprobung neuer Geschäftsmodelle im Journalismus erfordert eine ungleich höhere Risikobereitschaft sowie ein längerfristiges Engagement auf Seiten der Förderer, als dies bisher der Fall ist. Stiftungen und private Stifter müssten das Thema mit gezielten Projekten über mehrere Jahre hinweg konsequent verfolgen, anstatt diverse Journalistenprogramme punktuell oder von Fall zu Fall zu unterstützen, wie es bisher noch häufiger geschieht. Mit der Perspektive auf ein verändertes Presse- und Mediensystem von morgen müssen sie bereit sein, neue, bisher unbekannte Wege zu betreten und eventuelle Rückschläge oder Misserfolge als Chance zum kontinuierlichen Lernen und Anpassen zu sehen.

Ideen und erste Ansätze für neue Geschäftsmodelle im Journalismus entstehen derzeit hauptsächlich in journalistischen Fachkreisen und Netzwerken. Die Umsetzung bzw. Pilotierung innovativer Ideen wird oftmals allerdings noch von der Frage der Finanzierung überschattet. Stiftungen und private Förderer könnten sich hier als strategische Partner für den Journalismus positionieren, indem sie neue Ideen aktiv aufgreifen und im Schulterschluss mit den Journalisten, Redakteuren und anderen Stakeholdern weiterentwickeln. Das Hauptaugenmerk sollte dabei auf Geschäftsmodellen liegen, sie sich nach



---

einer start-up Phase weitgehend selbst tragen können. Stiftungen könnten die Entwicklung und den Aufbau innovativer Modelle unterstützen, indem sie Startkapital bereitstellen und den Transfer von erfolgreichen Pilotprojekten in die Breite fördern. Die neuen Medienunternehmen sollten jedoch nicht auf Dauer von der alleinigen Finanzierung durch Stiftungen abhängig sein. Der Fall, dass eine existierende oder eine neue Stiftung in Deutschland die gesamten Kosten eines neuen Unternehmens oder einer Redaktion für immer übernimmt, erscheint eher unwahrscheinlich.

Ein Beispiel für ein neues Medienprodukt ist das Wirtschaftsmagazin *enorm*, das seit Ende 2009 vom Hamburger Social Publish Verlag herausgebracht wird. Im Mittelpunkt des Magazins, das viermal jährlich erscheint, stehen Themen aus den Bereichen „Social Business“ und nachhaltiges Wirtschaften. Die Themen werden vom Magazin selbst gelebt; so fließen 15% der Abonnements-Erlöse in Projekte des ökosozialen Unternehmertums. Zudem sollen etwaige künftige Gewinne im Unternehmen verbleiben. Der noch junge Social Publish Verlag funktioniert selbst als „Social Business“: Das Startkapital stammt von anfänglich drei sozial orientierten Investoren, sogenannten „Fellows“, die jeweils ein mäzenatisches Darlehen in Höhe von mindestens 30.000 Euro zur Verfügung gestellt haben.<sup>54</sup>

Das Beispiel *enorm* zeigt, dass Stiftungen im Bereich des Themen- oder Nischenjournalismus relativ einfach ihre Rolle als Innovationsmotor für gesellschaftliche Prozesse aktiv annehmen und umsetzen können.

Voraussetzung für eine effektive Förderung von Journalismus und Medien ist, dass alle Akteure ihr Interesse an der Entwicklung neuer, qualitativ hochwertiger Formate für den Journalismus in den Mittelpunkt stellen. Wie solche neuen Geschäfts-

modelle für Qualitäts- und Nischen-Journalismus in Deutschland konkret aussehen können, bleibt derzeit wohl noch mit Spannung abzuwarten. Damit die Rolle des Journalismus als „vierte Macht“ im Staat durch eine stärkere Vielfalt geprägt wird, scheint die Wahrung der Prinzipien von Neutralität und Unabhängigkeit (z.B. von politischen Interessen einzelner Akteure oder Förderer) sowie absoluter Transparenz (z.B. in Bezug auf Mittelherkunft und -verwendung) in jedem Fall oberstes Gebot. In der Gewährleistung dieser Prinzipien sowie eines niedrigschwelligen und nicht-selektiven Zugangs zu den produzierten Inhalten durch geeignete Governance-Strukturen und Compliance-Richtlinien liegt eine weitere Herausforderung. An dieser Stelle werden sich die Interessen von engagierten Journalisten und Stiftern reiben, aber genau durch Antworten auf diese Frage werden Innovationen in diesem Feld definiert. Geschäftsmodelle in Form von Stiftungen berufen sich traditionell auf die Freiheit des Stifterwillens. Vor diesem Konflikt zwischen gesellschaftlichem Auftrag und individueller stifterischer Freiheit scheinen abermals innovative Förderer gefragt, die unternehmerisch denken und handeln und die ihren Auftrag als ein „Unternehmen für die Gesellschaft“ verstehen.

Stifter und Medienschaffende werden sich in den kommenden Jahren hoffentlich annähern. Die Stifter müssen auf diesem Weg lernen, Journalismus tatsächlich als einen Hebel zur Förderung der Demokratie zu verstehen und zu nutzen. Auf der anderen Seite sind die Journalisten gefordert, sich mit dem „Preis“, den die neuen Unterstützer fordern werden, auseinanderzusetzen. Wenn diese Aspekte offen angesprochen werden, dann können auch in Deutschland neue Partnerschaften zwischen am Journalismus interessierten Gebern und Medienschaffenden entstehen. Solche Partnerschaften könnten die Vielfalt und die Qualität der Medienlandschaft in Zukunft erweitern und stärken.

---

<sup>54</sup> Quelle: „Enorm positiv: Neues Magazin startet gut“, *textintern*, Ausgabe 31, 4. August 2010

# Bibliographie

---

## US-amerikanische Quellen

### *Allgemeine Berichte*

Funding Media, Strengthening Democracy: Grantmaking for the 21<sup>st</sup> Century, Peter Kaufman and Mary Albin, Grantmakers in Film and Electronic Media, March 2010.

[http://gfem.org/sites/gfem.org/files/FundingMediaStrengtheningDemocracy\\_summary.pdf](http://gfem.org/sites/gfem.org/files/FundingMediaStrengtheningDemocracy_summary.pdf)

This report summarizes the state of the field of funding for film and media from the standpoint of key decision makers in the philanthropic community. The interviews are all anonymous, and the data is aggregated, giving a good sense of the overall shape of the field, but little sense of its topography.

Grantmakers in Film and Electronic Media Database.

[http://media.gfem.org/project\\_search](http://media.gfem.org/project_search)

A database of both content and infrastructure of nonprofit-funded media.

Public Media 2.0: Dynamic, Engaged Publics, Jessica Clark and Patricia Aufderheide, Center for Social Media, Funded by Ford Foundation, February 2009.

<http://www.centerforsocialmedia.org/future-public-media/documents/white-papers/public-media-20-dynamic-engaged-publics>

A comprehensive report on the challenges for public media in the digital age, with specific recommendations.

### *Berichte von USC Annenberg über nonprofit-Nachrichtenfinanzierung*

Seeking Sustainability: A Nonprofit News Roundtable, Christopher Sopher, funded by John S. and James L. Knight Foundation, April 2010.

<http://www.knightfoundation.org/dotAsset/364240.pdf>

Roundtable discussion of key new models for local sustainable journalism.

Philanthropic Foundations: Growing Funders of the News, David Westphal, Center on Communication and Leadership Policy, U.S.C. Annenberg School for Communication, July 2009.

<http://communicationleadership.usc.edu/pubs/PhilanthropicFoundations.pdf>

Useful and readable overview of foundation funding of journalism as of 2009.

Public Policy and Funding the News, Geoffrey Cowan and David Westphal, Center on Communication and Leadership Policy, U.S.C. Annenberg School for Communication, January 2010.

[http://fundingthenews.usc.edu/docs/Funding%20the%20News\\_report-optimized.pdf](http://fundingthenews.usc.edu/docs/Funding%20the%20News_report-optimized.pdf)

Examination of public policy implications and possibilities of government funding of news in the U.S.

---

## Staatliche Dokumente, Seiten und Diskussionen

Federal Trade Commission, Staff Discussion Draft: Potential Policy Recommendations to Support the Reinvention of Journalism

<http://www.ftc.gov/opp/workshops/news/jun15/docs/new-staff-discussion.pdf>

A major report by the U.S. Federal Trade Commission on the problems of the new media ecology, including implications of nonprofit models. Widely read and disseminated.

Corporation for Public Broadcasting, National Center for Media Engagement, Public Media Maps

<http://publicmediamaps.org/login.cfm?map=11>

A geographic map of projects by funder and public media type. Requires Google Earth plug-in to view (downloadable from site). Of limited use.

## Sonstige

Cohen, Rick, "Part I: The Demise of the Newspaper and the Nonprofit Option," *Nonprofit Quarterly*, Nov. 4, 2009. Good discussion of problems of converting news organizations to nonprofit status in U.S. and of proposed legislation to allow this.

[http://www.nonprofitquarterly.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1572:part-i-the-demise-of-the-newspaper-and-the-nonprofit-option&catid=149:rick-cohen&Itemid=117](http://www.nonprofitquarterly.org/index.php?option=com_content&view=article&id=1572:part-i-the-demise-of-the-newspaper-and-the-nonprofit-option&catid=149:rick-cohen&Itemid=117)

Cohen, Rick, "Part II: The Future of the Press: Nonprofit or Sort of Nonprofit," *Nonprofit Quarterly*, Nov. 4, 2009.

[http://www.nonprofitquarterly.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1573:part-ii-the-future-of-the-pressnonprofit-or-sort-of-nonprofit&catid=149:rick-cohen&Itemid=117](http://www.nonprofitquarterly.org/index.php?option=com_content&view=article&id=1573:part-ii-the-future-of-the-pressnonprofit-or-sort-of-nonprofit&catid=149:rick-cohen&Itemid=117)

Willey, Malcolm M., and Rice, Stuart A, *Communication Agencies and Social Life*. New York: McGraw-Hill Book Company, 1933; Blumer, H. (1933). *Movies and Conduct*. New York: The Macmillan Company.

<http://world-of-books.com/?id=-9TMAAAAMAAJ>

Friedland, L., & Nichols, S. (2002), *Measuring civic journalism's progress: A report across a decade of activity. A study conducted for The Pew Center for Civic Journalism.*

<http://www.pewcenter.org/doingcj/research/measuringcj.pdf>

## Deutsche Quellen

Weichert, Stephan; Kramp, Leif, *Das Verschwinden der Zeitung? Internationale Trends und medienpolitische Problemfelder*. Friedrich-Ebert-Stiftung, 2009: <http://library.fes.de/pdf-files/stabsabteilung/06156.pdf>

# Impressum

---

## *Auftraggeber und Herausgeber:*

**Univ.-Prof. Holger Wormer, Technische Universität Dortmund**  
Institut für Journalistik  
Emil-Figge-Straße 50, 44227 Dortmund

## *Redaktion:*

**Forum for Active Philanthropy – inform inspire impact gGmbH**  
Monbijouplatz 2, 10178 Berlin  
Email: [info@activephilanthropy.org](mailto:info@activephilanthropy.org)  
Web: [www.activephilanthropy.org](http://www.activephilanthropy.org)

## *Autor und Durchführung der US-amerikanischen Studie:*

**Lewis A. Friedland**, Professor, Direktor des Center for Communication and Democracy der University of Wisconsin-Madison und **Magda Konieczna**, Doktorandin, University of Wisconsin-Madison

## *Design:*

**prunkundpracht**, Alexander Heidemüller, Berlin

## *Druck:*

**dc-druck**, Berlin

Diese Veröffentlichung ist einschließlich aller ihrer Teile urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Instituts für Journalistik an der TU Dortmund ist unzulässig.  
Copyright © 2011 Institut für Journalistik, TU Dortmund  
Alle Rechte vorbehalten