

## KURZ UND GUT: GEMEINNÜTZIGER JOURNALISMUS UND UNABHÄNGIGKEIT

**Vorhalt:** Durch Zuwendungen von Stiftungen und Spenderinnen und Spender wird redaktionelle Unabhängigkeit in Frage gestellt.

### DER VORHALT TRIFFT NICHT ZU.

- Auch Gemeinnütziger Journalismus ist professioneller Journalismus, der sich an journalistischer und publizistischer Redlichkeit orientiert
- Gemeinnütziger Journalismus entsteht im engen Austausch mit kritischen Leserinnen und Lesern, Förderinnen und Förderern.
- Das „Siegel Gemeinnütziger Journalismus“ führen gemeinnützige Medien, die sich an Pressekodex und umfangreiche Transparenzregeln halten.

Auch der gemeinnützige Journalismus ist professioneller Journalismus. Das heißt, die Unabhängigkeit der Presse und Berichterstattung wird gewahrt. Der Pressekodex des Deutschen Presserats bildet die Richtschnur für die tägliche Arbeit. Auch die Relevanz und der Erfolg von gemeinnützigen Redaktionen beruht auf ausgewogener Berichterstattung und Unabhängigkeit gegenüber Finanziers, ob Spender, Stiftungen oder Kooperationspartner. Anders als bei privatwirtschaftlichen Presse spielt das Anzeigengeschäft im gemeinnützigen Journalismus keine bzw. eine untergeordnete Rolle, damit treten etwaige Geschäftsinteressen und/ oder strategische Partnerschaften mit Interessengruppen oder Unternehmen in den Hintergrund.

Gemeinnütziger Journalismus funktioniert nicht als ‚public relation‘, sondern durch ein redaktionelles Angebot, das sich in besonderer Art und Weise gegenüber der Leserschaft beweisen muss, weil Leserinnen und Leser das Medium mit ihren Spenden möglich machen. Erfahrungsgemäß sind die Ansprüche von „Möglichmachern“ gegen den gefördert Redaktionen besonders hoch, genauso die Selbstkontrolle von Redaktionen.

Mit dem „Siegel für Gemeinnützigen Journalismus“ hat das „Forum Gemeinnütziger Journalismus“ eine Auszeichnung vorgestellt, um die sich gemeinnützige Medien bewerben können. Das Siegel wird an Redaktionen verliehen, die sich auf zentrale Kriterien des gemeinnützigen Journalismus verpflichten: Umfangreiche Transparenz herzustellen über Zuwendungen und Spenden, Bilanzen, Personalstruktur, etc. Die Pflege einer redaktionellen Fehlerkultur. Die Einhaltung presse-ethischer Grundregeln, die Redlichkeit bei Recherchen und Veröffentlichungen, bei Quellennennung und Quellenschutz und Orientierung am Pressekodex des Deutschen Presserates.