



Christoph Schultheis

„Mit dem, was wir bei *BILDblog* aufschreiben, kann man beweisen, dass *Bild* Fehler macht – Fehler, bei denen man unterstellen könnte, dass sie vorsätzlich publiziert werden, um auf eine unangenehme und unseriöse Art und Weise Stimmung zu machen.“

Ein Hauch von Revolution

Christoph Schultheis über seine langjährige Unzufriedenheit mit der journalistischen Qualität von *Bild*, überschäumende Leser-Empörung und heilsame Rück-Schritte

Herr Schultheis, warum hassen Sie *Bild*?

Christoph Schultheis: Ich hasse *Bild* nicht. Obwohl man *Bild* sicherlich als eine schlimme Zeitung bezeichnen kann, ist *BILDblog* nicht aus persönlichem Hass entstanden, sondern tatsächlich aus einer langjährigen Unzufriedenheit mit der journalistischen Qualität von *Bild*. Die Kollegen, mit denen ich das *BILDblog* betreibe, sind allesamt Medienjournalisten und setzen sich schon seit Jahren kritisch mit der *Bild-Zeitung* auseinander. Insofern war die Gründung von *BILDblog* eine rein journalistische Entscheidung.

Zum kritikwürdigen Standard der *Bild-Zeitung* zählt auch, dass sie ihre politische Meinung als exklusive Wahrheit verkauft. Versucht *BILDblog* nicht das Gleiche?

Nein. Im Gegensatz zur *Bild* arbeiten wir nicht ideologisch, sondern journalistisch. Zwar gibt es unter uns bezüglich einiger Themen auch durchaus unterschiedliche Ansichten, nichtsdestoweniger sind wir uns in den Momenten, in denen *Bild* falsch oder sinnentstellend darüber schreibt, komplett einig. Da spielt es keine Rolle, welche persönliche Einstellung man besitzt, sondern dass Journalismus sachlich richtig und journalistisch einwandfrei sein muss.

Aber nachdem Sie einen Beitrag, der sich gezielt gegen den Hamburger *Bild*-Kolumnisten Hauke Brost wandte, mit dessen privater Homepage verlinkt hatten, wurde er von Ihren *BILDblog*-Lesern in seinem Gästebuch wüst beschimpft. Übernehmen Sie da nicht eine *Bild*-Taktik?

Das Ganze war eine schreckliche Sache, die von uns überhaupt nicht beabsichtigt war. Jedoch haben wir viel daraus gelernt – auch über Leser. Mit Beschimpfungen der übelsten Art haben sich einige unserer Leser in dem Gästebuch gegenseitig überboten, woraufhin wir uns mit einem Eintrag auf *BILDblog* von diesen Aussagen distanziert und mitgeteilt haben, dass wir dies nicht wollen. Wir machen ein journalistisches Angebot. Wer es wie nutzt, können wir nicht beeinflussen.

Was wollen Sie mit Ihrem Angebot erreichen?

Zunächst geht es uns um Aufklärung über die Qualität von Europas größter Tageszeitung, um die es bedauerlicherweise schlecht bestellt ist. Da verstehen wir uns gern als Archiv, auf das man zurückgreifen kann, wenn es in Diskussionen darum geht, ob in *Bild* wirklich so viele Fehler stehen. Denn mit dem, was wir bei *BILDblog* aufschreiben, kann man beweisen, dass *Bild* Fehler macht – Fehler, bei denen man unterstellen könnte, dass sie vorsätzlich publiziert werden, um auf eine unangenehme und unseriöse Art und Weise Stimmung zu machen.

Letztlich geht es uns darum, dass unsere Leser – auch über die *Bild-Zeitung* hinaus – skeptischer mit Journalismus umgehen. Das gilt für das *BILDblog* genauso, denn uns soll man ebenso kritisch lesen wie andere Medien.

Seit Juni 2004 besteht das Archiv *BILDblog*. Sie selbst stehen als Verantwortlicher im Impressum, während der Medienredakteur der *Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung*, Stefan Niggemeier, als *BILDblog*-Gründer gilt. Wie haben Sie zueinander gefunden?

Stefan Niggemeier ist auf die Idee gekommen und hat mich kurz nach Gründung gefragt, ob ich Interesse an der Mitarbeit hätte. Wir wussten, dass wir zu diesem Thema ähnliche Ansichten haben. Neben Niggemeier und mir besitzen noch zwei weitere Kollegen einen direkten Zugang zu dem Weblog. Andere Autoren schicken zuerst ihre Texte an uns, die wir in ihrem Namen veröffentlichen. Da vorgeschrieben ist, dass ein Verantwortlicher im Impressum stehen muss, halte ich meinen Kopf hin. Wichtig ist mir dabei, dass ich den Leuten, die direkt etwas veröffentlichen können, komplett vertrauen kann. Schließlich legen wir uns mit dem *Springer-Verlag* an – da sollte man eigene Fehler vermeiden.

Sie legen sich tagtäglich mit der mächtigsten Zeitung des Landes an – und zwar im Internet. Warum eigentlich? Mussten Sie ins Netz ausweichen, um schreiben zu können, was Sie schreiben wollen?

Natürlich gibt es in Deutschlands Presselandschaft Medienjournalismus – sogar einen kritischen Medienjournalismus. Zwar nimmt er in der letzten Zeit ab, dennoch gibt es ihn – so wie es natürlich auch Medien wie die *Berliner Zeitung*, den *Tagesspiegel*, die *Süddeutsche Zeitung* oder öffentlich-rechtliche TV-Magazine wie *Zapp* oder *Panorama* gibt, die sich kritisch mit der *Bild-Zeitung* auseinandersetzen. Aber der Platz ist begrenzt, weshalb man nicht alles, was in *Bild* falsch oder irreführend dargestellt oder von anderen Interessen als journalistischen geleitet ist, jeden Tag in den klassischen Medien widerspiegeln kann. Weitere Motive für die Gründung eines Weblogs ergeben sich aus dessen einfacher Anwendung und den geringen Fixkosten. Für nur 50 Euro monatlich finanzieren wir ein Publikationsorgan, mit dem wir eine – zumindest potentiell – unendlich große Öffentlichkeit erreichen können. Eine Zeitung oder ein Magazin herauszugeben ist ungleich aufwändiger – und teurer. Zudem mögen wir die Art des Online-Publizierens, bei der man mit Links arbeiten und sich somit oft die Zusammenfassung von Hintergründen ersparen kann.

Aber Sie selbst haben mal gesagt, dass Zeitungen ein bestimmtes Maß an Glaubwürdigkeit vermitteln, während Sie bei Weblogs Ihre Zweifel haben. Wieso vertrauen Ihnen so viele Menschen, obwohl Sie in dem „unseriösen“ Medium Internet publizieren?

Es geht um den Grad der Glaubwürdigkeit! Bei etablierten Medien weiß ich bereits, was davon zu halten ist. Man hat gelernt, inwieweit man ihnen trauen kann oder misstrauen sollte. Im Internet ist das anders: Man stößt beständig auf neue Webseiten, deren Glaubwürdigkeitsgrad man sich neu erschließen muss. Dadurch, dass wir *BILDblog* von Anfang an kontinuierlich und mit ebenso viel Lust wie Arbeitsaufwand und Sorgfalt betrieben haben, konnte sich dennoch ein Vertrauensverhältnis einstellen. Zusätzlich weisen Preise, wie der *Grimme Online Award*, *BILDblog* als seriöse Institution aus. Auch das dürfte die Wahrnehmung der Erstleser beeinflussen, die sofort erkennen, dass unsere Glaubwürdigkeit zertifiziert wurde.

Medienkritik im Allgemeinen ist sehr subjektiv. Ist sie deshalb besser im Internet aufgehoben als in den alten Medien?

Natürlich kann man im Internet, in dem es keine klaren Strukturen und Chefredakteure gibt, einfacher und unabhängiger veröffentlichen.

Grundsätzlich sollte man jedoch auch im Internet darauf achten, dass man nichts Falsches kundtut und der Ton nicht allzu scharf ist. Obwohl es im Netz viel leichter fallen würde, möchte ich niemanden beleidigen. Aber man muss die Grenzen bei sich selbst suchen, wohingegen bei Zeitungen Kontrollinstanzen existieren. Wobei es natürlich auch Zeitungsartikel gibt, die meinungsstark und vom Autor geprägt sind – egal, in welchem politischen Spektrum die jeweilige Zeitung angesiedelt ist. Meinungsfreiheit gibt es in Deutschland überall, deshalb sehe ich keinen großen Unterschied zwischen Internet und Zeitungen. Einschränkungen ergeben sich durch plötzlich entstandene Allianzen, die in der Medienkrise ihre Ursache haben. Wenn *Bild*, *Spiegel* und *F.A.Z.* zusammenarbeiten, empfinde ich das als katastrophal. Hier kann kein kritischer Medienjournalismus mehr stattfinden.

Diesen Allianzen geht es hauptsächlich um Gewinnmaximierung. *BILDblog* finanziert sich zur Zeit nur über Spenden. Wie kann man ohne Geld Qualitätsjournalismus betreiben?

Stefan Niggemeier und ich haben ein großes Interesse daran, *BILDblog* zu machen und sind deshalb bereit, viel Zeit dafür zu opfern. Das *BILDblog* ist kein Strohfeuer. Grundsätzlich glaube ich, dass Kontinuität und Qualität dann entstehen, wenn ein Projekt seinen Machern am Herzen liegt.

Die Finanzierbarkeit spielt dann eine untergeordnete Rolle. Vielleicht schafft man dadurch sogar eine bessere Qualität. Bei uns kommt hinzu, dass wir in den Momenten, in denen wir selbst nicht mehr weiter wissen, sogar unsere Leser mit einbinden können. Im Online-Journalismus hat man den direkten Draht zu den Lesern, die manchmal zu Mitarbeitern werden.

Mit zurzeit über 30.000 Lesern pro Tag haben Sie es auch ohne große finanzielle Unterstützung geschafft, zum meistbesuchten Weblog Deutschlands zu werden. Gilt *BILDblog* als Wegweiser für andere sogenannte Watchblogs, die sich kritisch mit der Medienlandschaft auseinandersetzen?

Hoffentlich. Ein medienkritisches Angebot wie unseres funktioniert sicherlich nicht nur zum Thema *Bild-Zeitung*. Ein *Spiegel*-Blog könnte eine tolle Sache sein. Aber auch Regionalzeitungs-Blogs könnten sehr gut funktionieren. Wenn Lokalchef und Bürgermeister im selben Tennisklub sind, befördert das nicht unbedingt die journalistische Unabhängigkeit. Da gibt es vermutlich einen hohen Aufklärungsbedarf. Diese lokalen Weblogs müssen ja nicht eine so große Interessengruppe wie *BILDblog* finden. Den Bedarf dafür gibt es sicherlich.

In den Vereinigten Staaten existieren bereits Watchblogs, deren Autoren sich ausschließlich mit der Arbeit einzelner Journalisten beschäftigen. Wie sehen Sie diese Entwicklung?

Man muss aufpassen – und das ist eine Gefahr, der auch wir uns ständig bewusst sind – dass man sich nicht zu sehr in die Sache hinein kapriziert und dadurch Feindbilder aufbaut. Es erfordert ein gehöriges Maß an Selbstüberwachung und Selbstreflexion, immer wieder einen Schritt zurückzugehen und sich zu fragen, ob etwas relevant genug ist, um publiziert zu werden. Auch durch die Sache mit Hauke Brost sind wir vorsichtiger geworden und haben gemerkt, dass das Unvorhergesehene auch im Internet passieren kann. Man wird so etwas nie ausschließen können und sollte sich deshalb so weit wie möglich selbst kontrollieren.

Und wenn Sie selbst einen Schritt zurücktreten, wie reflektieren Sie Ihre Arbeit?

Es ist schon eine seltsame Entwicklung, dass wir – zu viert und ohne finanzielle Ausstattung – von einem Unternehmen wie der *Bild-Zeitung* wahrgenommen werden. Im Internet stehen sich *BILD.de* und *BILDblog.de* gleichwertig gegenüber. In der Adresszeile sind es nur vier Buchstaben mehr, die potentielle Leserschaft ist, so gesehen, gleich groß. Die Gefahr des Missbrauchs liegt darin, dass es extrem leicht ist, Öffentlichkeit herzustellen. Es wäre fatal, wenn die in unlauterer Weise eingesetzt würde, etwa um Unternehmen zu schaden. Unsere Arbeit zeigt seine Wirkung nicht nur in der Öffentlichkeit, sondern auch bei *BILD.de*, wo inzwischen häufig Fehler korrigiert werden, nachdem wir darauf hingewiesen haben. Zum einen irritiert mich das, es ist gleichzeitig aber auch toll – und irgendwie revolutionär.



Christoph Schultheis, Jahrgang 1966, ist freier Medienjournalist und verdient sein Geld unter anderem mit Artikeln für die *Berliner Zeitung*. Er ist verantwortlich für Deutschlands bestbesuchtes Weblog *BILDblog*. Seitdem gehört er zu den Stars der Blogosphäre und wird zu zahlreichen Tagungen eingeladen.



Das Gespräch führte Linnea Riensberg, 21. Sie studiert Journalistik und Kommunikationswissenschaft sowie Philosophie. Nach dem Interview mit Christoph Schultheis glaubt sie endlich wieder an ein journalistisches Verantwortungsbewusstsein und wird demnächst das erste *Hamburger Abendblatt*-Blog gründen.