

# Journalismus leicht gemacht

Journalismus ist ganz einfach, wenn man es richtig macht. Da meldet zum Beispiel ein Beamter, dass wegen einer EU-Richtlinie in Zukunft Kuchen, die die Eltern der Schule verkaufen, vielleicht versteuert werden müssten. Ein richtig schönes Thema zum Aufregen, weil mit solchen Einnahmen Veranstaltungen an der Schule finanziert werden und die meisten Leser mal Schüler waren oder jetzt Eltern oder Großeltern sind, also das Gefühl haben, dass man ihnen etwas wegnehmen will.

Jetzt braucht man noch eine Überschrift, die diese Gefahr anschaulich macht, aber nichts verrät, sondern die Leser dazu drängt, den ganzen Text zu lesen. Am Besten eine Frage, auch wenn der Text darauf keine Antwort gibt, zum Beispiel: „Muss man zum Kuchen-verkaufen in Zukunft einen Steuerberater haben?“<sup>1</sup> Dann ein paar kurze Sätze - nichts zu Kompliziertes - die bestätigen, dass das zuständige Ministerium das prüft. Das langt ja, um die Wogen der Erregung hoch gehen zu lassen.

Was macht es, wenn am nächsten Tag die ganze Geschichte<sup>2</sup> in sich zusammenfällt, weil ein Kollege recherchiert hat und vom Vertreter der EU erfuhr, dass man sich dort ärgert, weil offenbar im Ministerium niemand die Details gelesen hat, denn der Kuchenverkauf von Eltern an Eltern und Besucher zur Finanzierung eines Vorhabens bleibt steuerfrei. Nur, wenn ein Schüler oder eine Kuchenback-Arbeitsgemeinschaft groß ins Geschäft einzusteigen versucht und die lokalen Bäcker mit Dumpingpreisen in Not bringt, wäre eine Steuer fällig. Auf diese Weise kann man mit einer Seifenblase nicht nur einen, sondern gleich zwei Beiträge ins Blatt heben. Man gewinnt also sogar dadurch, dass man nicht recherchiert, wie das früher üblich war. So schreibt man - ohne von Sachkenntnis beschwert zu sein - eine Geschichte und verkündet am nächsten Tag: „April, April!“

Dass das nicht nur die Stuttgarter Käseblattchen so machten, sondern auch der seriösere Partner<sup>3</sup> in München das zum Thema machte, verrät, dass man sich die schöne Geschichte keinesfalls durch Recherchen ruinieren lassen wollte.

Früher als man noch anstrengenden, recherchierenden Journalismus machte, wäre der Vorgang mit zwei Sätzen vermeldet gewesen: „Ministerium prüft ob Kuchenverkauf versteuert werden muss. EU beruhigt, dass das im Normalfall nicht zutrifft.“ Dazu hätte man sich ein nichts-sagendes Foto von einem Kuchen gespart und hätte Platz im Blatt für Wichtigeres gehabt.

---

1 <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.eu-richtlinie-sorgt-fuer-verdruss-braucht-man-fuer-schulfeste-bald-einen-steuerberater.0ff0dcba-c65e-485a-b83d-8c2c570a7db4.html>

2 <https://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.schulen-bruessels-kampf-gegen-den-kuchen-mythos.9c4f527c-f760-41dc-a4f5-1f3cce2249b5.htm>

3 <https://www.sueddeutsche.de/panorama/kuchen-verkauf-schule-mehrwertsteuer-eu-richtlinie-baden-wuerttemberg-1.5587415>

Aber das hätte natürlich weder die Vorurteile gegenüber der EU bedient, noch hätte es als Aufreger getaugt und sicherlich auch viel weniger Klicks in den digitalen Ausgaben gebracht, auf die es ja angeblich heute ankommt. Hätte man recherchiert, wäre man vielleicht nicht als erster mit der Geschichte auf dem Markt gewesen, weil der Journalist vielleicht nicht schnell genug fertig gewesen wäre. Dann hätten Andere erst die Klicks und dann den Spott abbekommen. Doch das ist egal, Hauptsache das Blatt ist so billig und rasch, wie möglich gefüllt, egal ob man die Nutzer an der Nase herum führt, oder Gerüchte in die Welt setzt.

Qualität, geprüfte, solide Informationen für den Nutzer und das so lar und knapp, wie möglich, das ist so was von altmodisch! Warum soll man sich Mühe geben, wenn man Journalismus auch ganz leicht machen kann, indem man ungeprüft jedes Gerücht kolportiert. So ist man obendrein eine viel schärfere Konkurrenz für die „Sozialen Medien“, und das ist wichtig.