

Initiative Nonprofitjournalismus

c/o Netzwerk Recherche e.V. Greifswalder Straße 4 10405 Berlin
nonprofit@netzwerkrecherche.de

Argumente zum gemeinnützigen Journalismus

1) Wofür braucht es gemeinnützigen Journalismus?

Vor dem Hintergrund erodierender Geschäftsmodelle und fortschreitender Digitalisierung ist der Journalismus in Deutschland vielfältigen Bedrohungen ausgesetzt: Gefahren erwachsen durch Sparkurse bei Verlagen und Sendern, durch Medienkonzentrationsprozesse und schrumpfende Angebote in der Lokal- und Regionalberichterstattung, durch den wachsenden Einfluss von Public Relations und Werbung, durch prekäre Arbeitsbedingungen von Journalist*innen. Diese Situation ist jedoch kein deutsches Phänomen. Bereits in vielen Teilen der Welt erleben wir aufgrund dieser Situation die Gründung gemeinnütziger Medien-Angebote. Inzwischen wird davon gesprochen, der investigative Journalismus erlebe „eine weltweite Renaissance“ (Mark Lee Hunter, Journalismusforscher und investigativer Journalist), bei der Non-Profit-Organisationen die treibende Kraft hinter der Bewegung seien. Viele von ihnen verstehen sich als „Watchdog“: Sie wollen mithilfe investigativer Recherchen Machtmissbrauch, Korruption und Fehlentwicklungen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft aufdecken.

2) Weshalb engagieren wir uns für gemeinnützigen Journalismus?

Wir wollen die Medienvielfalt in Deutschland bewahren und den Gründergeist im Journalismus stärken. Denn eigentlich erleben wir gerade viel Ermutigendes: Im Journalismus lässt sich vielerorts Experimentierfreude beobachten. Eine Triebkraft sind gemeinnützige Initiativen wie das Recherchebüro Correctiv, die Kontext-Wochenzeitung, Finanztip.de oder Netzpolitik.org. Gemein ist diesen Pionieren im deutschen Non-Profit-Journalismus, dass sie ihre Gemeinnützigkeit nur über Umwege erreichen konnten. Correctiv bietet neben der journalistischen Arbeit auch Weiterbildungsveranstaltungen und eine Online-Lernplattform für Bürger an; das Büro ist u.a. über den Förderzweck „Bildung“ der Abgabenordnung anerkannt. Andere, wie zum Beispiel Netzpolitik.org und Finanztip.de, sind auf Themenbereiche spezialisiert, die über den Förderzweck „Verbraucherschutz“ abgedeckt sind.

Durch die Verankerung des Journalismus als gemeinnützigen Zweck in der Abgabenordnung könnten sich noch mehr Neugründungen auf alle relevanten journalistischen Fragen konzentrieren; Lücken in der Berichterstattung könnten besser geschlossen werden. Durch die Eröffnung neuer Finanzierungswege jenseits der bislang üblichen Geschäftsmodelle würde also die Kritik- und Kontrollfunktion des Journalismus gestärkt und so die öffentliche Meinungsbildung in der Demokratie belebt.

3) Wenn es schon gemeinnützige Medienunternehmen gibt, wo liegt dann das Problem?

Wer gegenwärtig ein gemeinnütziges Medienunternehmen gründen möchte, steht vor einem Experiment mit ungewissem Ausgang. Denn ob die zuständigen Finanzämter das journalistische Vorhaben als gemeinnützig anerkennen, liegt im Ermessen der Beamt*innen. Oft fehlt es in den Ämtern an Erfahrungswissen und Vorbildern. Für die Gründer*innen

bedeutet dies eine enorme Rechtsunsicherheit, die als Hemmschuh im Gründungsprozess wirken kann. Und gerade bei regional- und lokaljournalistischen Initiativen lässt sich oft kein passender gemeinnütziger Zweck in der Abgabenordnung heranziehen. Immer wieder geben Gründer*innen auf.

Aber selbst wenn die Gründung erfolgreich war, schwebt die mögliche Aberkennung der Gemeinnützigkeit bei der jetzigen Rechtslage jederzeit als Damoklesschwert über den Projekten. So gab es schon Beispiele, wo Akteure, die sich in der Berichterstattung zu kritisch beleuchtet fanden, auf die Finanzbehörden Druck gemacht haben, die Gemeinnützigkeit zu entziehen.

Die vorgeschlagene Änderung des § 52 der Abgabenordnung ist ein vielversprechender Weg, größtmögliche Rechtssicherheit für alle Beteiligten zu erlangen.

4) Ist gemeinnütziger Journalismus steuerrechtlich überhaupt genehmigungsfähig?

Ja, das ist er: Der Staat kann die Vielfalt der Medien durch das Gemeinnützigkeitsrecht (§§ 51 ff. AO) fördern, wenn dadurch eine Mehrung des Gemeinwohls durch selbstlose, ausschließliche und unmittelbare Zweckverfolgung stattfindet. Das bestätigt Prof. Dr. Peter Fischer, Vorsitzender Richter am Bundesfinanzhof a.D., in einem ausführlichen Rechtsgutachten, das er für die Kanzlei BKL Fischer, Kühne und Partner im Auftrag der Landesregierung Nordrhein-Westfalen verfasst hat. Die Vielfalt der Medien ist integraler Bestandteil des Gemeinwohls, das der Gesetzgeber durch Anerkennung von Journalismus als gemeinnützigem Zweck fördern darf.

Die Grundlage für diese Haltung liegt nach Ansicht der Gutachter in der Aufgabe des Staates, die Meinungs- und Pressevielfalt als ein Normziel des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG zu gewährleisten. Gerade die hohe Wertigkeit des gewinnzweckfreien Journalismus werde durch Entschließungen des Europäischen Parlaments und Mitteilungen der EU-Kommission immer wieder bestätigt.

Die Einbeziehung des gewinnzweckfreien Journalismus in die Gemeinnützigkeit würde sich den Gutachtern zufolge rechtssystematisch und wertkongruent in den Katalog der gesetzlich anerkannten ideellen Zwecke einfügen. So findet bereits im Bereich der vom Markt typischerweise nicht versorgten Sektoren bei den Bürgerradios eine mediale Grundversorgung durch die Zivilgesellschaft statt, welche – für den Bereich des Rundfunks – als „dritte Säule“ das duale System ergänzt und die deswegen an der verfassungsrechtlichen Wertigkeit des dualen Systems teilhat. Für andere Medien muss unter dem Aspekt der Gewährleistung von Medienvielfalt und Medienpluralismus Entsprechendes gelten.

Das Fazit: Die Einrichtung der Gemeinnützigkeit für Journalismus ist juristisch möglich und geboten.

5) In der Debatte über den gemeinnützigen Journalismus werden auch Bedenken und Einwände formuliert. Im Folgenden setzen wir uns mit diesen Argumenten auseinander. Eine Frage, die gestellt wird: Gefährdet gemeinnütziger Journalismus die Medienvielfalt, weil er den noch bestehenden Lokal- und Regionalzeitungen Konkurrenz macht und Geld entziehen kann?

Nein. Im Gegenteil. Gemeinnütziger Journalismus kann nur da funktionieren, wo der Markt versagt, nur da sind Bürger*innen bereit, für ein Medienangebot zu spenden. Solange Medien – vor allem im lokalen Raum – funktionieren, haben gemeinnützige Organisationen keine Chance sich zu etablieren. Der gemeinnützige Journalismus füllt Lücken und sorgt so für Vielfalt. Um es klar zu sagen: Angebote des gemeinnützigen Journalismus können keiner Regional- oder Lokalzeitung und auch keinem Fernseh- oder Radiosender Konkurrenz machen. Das anzunehmen wäre übertrieben. Es geht immer um Nischenangebote.

6) Wird mit diesem neuen Instrument nicht eine Form des Journalismus gegenüber anderen ungerecht begünstigt?

Nein. Schon heute gelten öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten als „gemeinnützig“ – nur aus diesem Grund dürfen sie unterhalten werden, wie Prof. Peter Fischer in seinem oben erwähnten Gutachten bestätigt. Die „Gemeinnützigkeit“ der genannten Anstalten ist unabhängig davon, ob diese Anstalten de jure materiell-rechtlich den §§ 51 ff. AO und

verfahrensrechtlich der Steueraufsicht nach der AO unterliegen. Denn der Gesetzgeber hat die Gemeinwohldienlichkeit der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten festgestellt. Sie dienen der „Förderung der Allgemeinheit“. Zudem betont das Gutachten, dass schon jetzt einige wenige Träger von Bürgermedien und des investigativen Journalismus auf der Grundlage ihrer Satzungen von der Finanzverwaltung als gemeinnützig anerkannt wurden – ohne dabei Rechtssicherheit genießen zu können.

Prof. Fischer resümiert, unter verfassungsrechtlichen Aspekten der Gleichbehandlung (Art. 3 Abs. 1 GG), der Folgerichtigkeit und Widerspruchsfreiheit der Rechtsordnung sowie zur Verfestigung eines zum Teil Jahrzehnte währenden Besitzstandes von bereits als gemeinnützig anerkannten Körperschaften sei es daher geboten, die Förderung des gewinnzweckfreien Journalismus als Förderung der Allgemeinheit zwecks rechtlicher Absicherung in den Katalog des § 52 Abs. 2 Satz 1 AO aufzunehmen.

7) Die Förderung aus der Gemeinnützigkeit sind doch Subventionen. Diese gilt es zu verhindern.

Es steht zu befürchten, dass ähnlich wie in anderen Ländern auch in Deutschland in einer wachsenden Anzahl von Regionen keine Tageszeitungen oder andere Medien mehr erscheinen. Ersatz gibt es allenfalls durch Werbung finanzierte Postwurfsendungen. Dies untergräbt eine qualitative Berichterstattung vor Ort und schwächt unsere Demokratie. Dieser Entwicklung zu begegnen ist im Sinne der Daseinsvorsorge Aufgabe des Staates. Das heißt: Der Staat muss etwas tun. Direkte Subventionen sind aber nicht wünschenswert, weil sie einen direkten Einfluss der Regierenden auf die Medien ermöglichen können. Die Gemeinnützigkeit, d.h. der Vorteil des Spendenabzugs ist daher gegenüber der Finanzierung durch direkte Zuwendungen aus öffentlichen Mitteln unbedingt vorzuziehen. Damit wird eine institutionelle Staatsferne erreicht, weil Bürger*innen Journalismus direkt unterstützen könnten. Die Finanzierung mittels Spenden muss daher immer Vorrang vor einer direkten staatlichen Förderung durch Zuwendungen haben.

8) Aber das Publizieren gehört doch gar nicht zum Kernbereich der gemeinnützigen Tätigkeit.

Doch. Die wirtschaftlich-unternehmerische Sphäre von Medien – das Vermarkten von Recherchen – gehört ebenso wie das Recherchieren selbst zum Kernbereich der ideellen Tätigkeit und damit zum steuerbegünstigten Zweckbetrieb im Sinne des § 65 AO). Das hat Prof. Peter Fischer in seinem genannten Gutachten bestätigt. Die Gemeinwohlrelevanz liegt unter dem steuer-, verfassungs- und europarechtlich übergreifenden Aspekt des „Marktversagens“ in der Herstellung und dem Erhalt der Pressevielfalt, insbesondere in lokalen Medienmärkten, in denen kaum noch gewinnorientierte Geschäfte möglich sind. Die Gemeinnützigkeit kann daher dabei helfen, die rechtliche Institutsgarantie der Medienvielfalt einzulösen, die Partizipation der Bürger am demokratischen Prozess der Meinungsbildung zu stärken und die Zivilgesellschaft unter Einbindung ehrenamtlichen Engagements zu fördern. Um es mit Prof. Fischer klar zu sagen: Recherche und Publizieren gehören zum Kernbereich der steuerbegünstigten Tätigkeit.

9) Aber das Europarecht erlaubt die Förderung aus der Gemeinnützigkeit ganz gewiss nicht.

Auch diese Annahme stimmt nicht: In ihrer Entscheidungspraxis zugunsten der staatlichen Förderung von Presse- und Rundfunkorganen hat die EU-Kommission stets Abwägungen zur Unterstützung des Journalismus getroffen und bei Ausübung ihres Ermessens im Rahmen von Art. 107 Abs. 3 AEUV der Mehrung des Gemeinwohls durch eine breite Medienlandschaft den Vorrang gegeben vor dem Grundsatz eines unverfälschten Wettbewerbs. Hierfür ist auch im Bereich des Europarechts der Aspekt des Marktversagens von Bedeutung. Wenn der Markt nicht funktioniert, können gemeinnützige Organisationen die Aufgaben übernehmen.

10) Wer sagt, was gemeinnütziger Journalismus ist? Der Deutsche Presserat will diese Aufgabe nicht.

Es wäre wünschenswert, wenn sich in diesem neuen Sektor eine Selbstorganisation entwickeln würde, die vergleichbar mit dem Deutschen Presserat Kriterien aufstellt, anhand derer die Standards im gemeinnützigen Journalismus festgelegt werden. Dies dient einer größeren Objektivierung. Die Kriterien sollten sich aus Transparenzrichtlinien, Offenlegung von Einflüssen und der Selbstverpflichtung zum redlichen Umgang mit Recherchen und Veröffentlichungen zusammensetzen.

11) Wo soll denn das Geld herkommen?

Nach unserer Erfahrung werden die Veränderungen auf dem Medienmarkt vielen Bürger*innen schmerzlich bewusst: Die Heimatzeitung wird dünner, das Blatt enthält belanglosere Berichte und weniger aufwändige Recherchen oder Reportagen - und manche Zeitungen verschwinden sogar ganz. Die Förderung der gemeinnützigen Angebote, die die entstehenden Lücken schließen sollen, durch Spenden der Bürger*innen ist daher eine wichtige Option.

In Deutschland gibt es zudem rund 23.000 Stiftungen. 95 Prozent verfolgen gemeinnützige Zwecke. Sie verfügen über ein Milliardenkapital. Doch lediglich ein Bruchteil der Stiftungen engagiert sich aktuell im journalistischen Feld – es sind weniger als 0,5 Prozent. Eines der größten Hemmnisse: Viele Stiftungen können qua Satzung ausschließlich gemeinnützige Akteure unterstützen. Hierzu zählen journalistische Organisationen bislang nicht. Sollte die „Förderung des Journalismus“ in den Katalog der gemeinnützigen Zwecke in die Abgabenordnung aufgenommen werden, könnte dies zu einer signifikanten Steigerung von Fördermitteln und perspektivisch zu Neugründungen von Stiftungen mit dem Satzungszweck „Journalismus“ führen – und somit zu einer aufgeklärteren Gesellschaft beitragen.

12) Das Label „gemeinnützig“ kann klassische Medienunternehmen als zweitklassig entwerten.

Diese Gefahr sehen wir nicht, da erst einmal aller Journalismus grundsätzlich als gemeinnützig und förderungswürdig wahrgenommen und definiert wird. Nur wenn er auf die Gewinnentnahme verzichtet, darf er auf Basis der Abgabenordnung Steuererleichterungen wahrnehmen.

13) Werden am Ende nicht vor allem Populisten und Hetzer gemeinnützigen Journalismus betreiben?

Auch heute schon können Populisten gemeinnützige Organisationen für ihre Propaganda-Zwecke gründen. Und sie tun das auch. So war zum Beispiel lange die populistische Seite JouWatch von den Finanzbehörden als gemeinnützig anerkannt. Ein Online-Portal, das vor allem durch die Verbreitung von Fake News auffiel, bevor ihm die Gemeinnützigkeit entzogen wurde. Nach unserer Überzeugung sollte die Angst vor den Populisten nicht so weit führen, all jenen Hilfe zu verweigern, die sich für das Gemeinwohl einsetzen.

14) Drücken gemeinnützige Organisationen nicht die Tariflöhne der Verlagsbranche?

Nein. Die Gemeinnützigkeit bricht nicht mit dem Prinzip der Tarifpartnerschaft. Im Gegenteil sind die Träger gemeinnütziger Aktivitäten regelmäßig auch sozial motiviert und an einer fairen Gestaltung der Arbeitsbedingungen ihrer Mitarbeiter*innen interessiert. Insgesamt ist es wichtig von Beginn an dafür zu sorgen, dass die gemeinnützigen Organisationen stark genug sind, um gute Gehälter zu zahlen.

15) Im Wettbewerb verdrängen gemeinnützige Organisationen Tarifjobs in gewinnorientierten Konzernen.

Das ist unrealistisch. Weil gemeinnützige Organisationen nicht im Wettbewerb arbeiten dürfen. Nirgendwo – das ist so im Gemeinnützigkeitsrecht in Paragraph § 65 AO festgelegt. Gemeinnützige Organisationen können nur dort erfolgreich etabliert werden, wo der Markt nicht funktioniert. Dies ist im Gemeinnützigkeitsrecht so festgeschrieben, um genau die befürchtete Verdrängung zu verhindern.

16) Besteht nicht die Gefahr, dass gemeinnützige Ausgliederungen aus Redaktionen unter Tarif besetzt werden und Tarif-Stellen in den Verlagen und Sendern ersetzen? Gemeinnützige Organisationen im Journalismus dürfen keine klassischen Journalisten oder TV- bzw. Radio-Produktionen verdrängen.

Diese Gefahr besteht nicht, da gemeinnützige Organisationen nicht im Wettbewerb arbeiten dürfen. Das ist im Gemeinnützigkeitsrecht genau deswegen festgelegt worden, damit gemeinnützige Organisationen keine Arbeitsplätze gefährden. Zudem gelten heute schon öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten ihrem Wesen nach als „gemeinnützig“ – nur aus diesem Grund dürfen sie in ihrer jetzigen Form existieren. Dort sind die Redaktionen über Haustarife immer noch ordentlich ausgestattet.

17) Werden das Corporate Publishing der Daimler AG oder die „Bild“-Zeitung der Axel Springer AG gemeinnützigen Journalismus machen?

Nein. Es widerspricht dem Ziel der großen Konzerne, auf Gewinne zu verzichten. Sie wollen Geld verdienen und Gewinne machen. Und genau das dürfen gemeinnützige Organisationen nicht: Denn Gewinnentnahmen sind bei gemeinnützigen Organisationen nicht möglich. Es macht auch inhaltlich keinen Sinn. Wenn die Daimler AG oder die Axel Springer AG gemeinnützig arbeiten wollten, könnten sie das heute auch schon tun.

Die Angst davor, dass auf Gewinn ausgerichtete Konzerne die Gemeinnützigkeit für sich entdecken, ist nicht begründet.

18) Wenn der Staat durch die Anerkennung der Gemeinnützigkeit im Steuerrecht entscheidet, was förderungswürdiger und nicht förderungswürdiger Journalismus ist, besteht die Gefahr, dass Redaktionen in ihrer Finanzierung von staatlichen oder behördlichen Entscheidungen abhängig werden.

Diese Gefahr besteht nicht. Denn das Gemeinnützigkeitsrecht bietet einen sicheren, stabilen und etablierten Rahmen, in dem sich alle gemeinnützigen Organisationen gleichermaßen entfalten können. Dies ist anders als jetzt. Heute müssen journalistische Organisationen, die gemeinnützig arbeiten, Rechtsunsicherheit aushalten und sind damit unter Umständen von willkürlichen Entscheidungen staatlicher Stellen abhängig.

David Schraven, Publisher, CORRECTIV

Stephanie Reuter, Geschäftsführerin, Rudolf Augstein Stiftung

Lukas Harlan, Programmleiter Gemeinnütziger Journalismus, Schöpflin Stiftung

Prof. Dr. Frank Überall, Bundesvorsitzender Deutscher Journalisten-Verband (DJV)

Tina Groll, Bundesvorsitzende der Deutschen Journalistinnen- und Journalistenunion (dju)
in ver.di

Oliver Moldenhauer, Executive Director, Investigate Europe

Tabea Grzeszyk, Geschäftsführerin, Hostwriter

Sheila Mysorekar, Vorstandsvorsitzende, Neue deutsche Medienmacher

Julia Stein, 1. Vorsitzende, Netzwerk Recherche e. V.

Hermann-Josef Tenhagen, Chefredakteur Finanztip.de

Marcus von Jordan, Geschäftsführer, August Schwingenstein Stiftung

Markus Beckedahl, Gründer und Chefredakteur, netzpolitik.org

Prof. Dr. Volker Lilienthal, geschäftsführender Gesellschafter der Gesellschaft für Medienkultur und Qualitätsjournalismus gemeinnützige UG

Gundert Hanno, Geschäftsführer n-ost, Netzwerk für Osteuropa-Berichterstattung e.V.

Carola Dorner, Vorsitzende Freischreiber