

Gemeinnütziger Journalismus

PRÄAMBEL:

*Wir schaffen Rechtssicherheit für gemeinnützigen Journalismus.*

Aus „Mehr Fortschritt wagen“,  
Koalitionsvertrag,  
Berlin 2021-25

**SIEGEL**  
**GEMEINNÜTZIGER**  
**JOURNALISMUS**

## STAND DER DINGE

Unabhängiger, handwerklich sauberer, kurz gesagt: Guter Journalismus macht den Unterschied in einer Demokratie. Vielleicht mehr denn je, angesichts alternativer Fakten, unversöhnlichem Meinungskampf und Verschwörungserzählungen.

Global operierende Medienunternehmen produzieren parteiische Programme, von Diktatoren und repressiven Systemen gesteuerte Auslandssender verbreiten Propaganda. Die reichsten Männer der Welt besitzen die wichtigsten Portale der digitalen Öffentlichkeit, Diskussionen und Inhalte werden zunehmend beeinflusst – von allen Seiten.

Das Zeitungswesen, die Produktion von unabhängigen Nachrichten und Hintergrundinformationen, steckt in einer existenzbedrohenden Strukturkrise mit dramatischen Folgen. In den USA gibt es nur noch wenige Lokalzeitungen, in der Fläche findet kaum noch unabhängige Berichterstattung durch professionelle Redaktionen statt.

In Deutschland ringt die Branche mit Konzentrationsprozessen. Immer mehr Lokalzeitungen verschwinden und mit ihr Lokalredaktionen. Ersetzt werden sie durch sogenannte Zombie-Zeitungen, die ohne Redaktion zentral produziert werden, oder schlimmstenfalls gar nicht.

Auch in Deutschland drohen Zeitungswüsten.

## DER GEMEINNÜTZIGE JOURNALISMUS BIETET EINEN AUSWEG.

Gleichzeitig eröffnet die Digitalisierung Chancen für Medienschaffende gerade im Lokalen der Krise zu begegnen: Die Möglichkeiten sind gewaltig wie nie, doch um diese Chance zu nutzen, müssen wir etwas ändern. Wir müssen den gemeinnützigen Journalismus möglich machen.

Hinter dem gemeinnützigen Journalismus verbirgt sich kein herkömmliches Geschäftsmodell, keine Marke, die verkauft wird. Es geht nicht darum, Gewinne aus Geschichten zu generieren – oder Aufmerksamkeit in Geld zu verwandeln.

Gemeinnütziger Journalismus ist auch keine von Regierungsinstitutionen beaufsichtigte Presse. Es geht nicht um die Beeinflussung von Inhalten. Es geht um die Schaffung neuer Rahmenbedingungen für alle, um Transparenz und gute Arbeit.

Gemeinnütziger Journalismus agiert in Bereichen, wo der Markt versagt. Wo keine Gewinne zu verdienen sind und die vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht erreicht werden können.

Gemeinnütziger Journalismus füllt die Lücken, in denen sich ansonsten Unwissen und Desinformationen ausbreiten.

## **JOURNALISMUS FÜR GEMEINWOHL**

Es gibt Standards für den gemeinnützigen Journalismus. Sie wurden in einer breiten Diskussion vom Forum Gemeinnütziger Journalismus definiert, in dem sich über 30 Pionier-Organisationen aus dem Feld zusammengeschlossen haben. Darunter Newsrooms wie *netzpolitik.org*, *CORRECTIV*, *Kontext:Wochenzeitung* oder *Investigate Europe*, Gewerkschaften wie DJV und dju in Ver.di, Förderer wie die Schöpflin-Stiftung oder die Rudolf Augstein Stiftung; aber auch journalistische Vereinigungen wie *netzwerk recherche*. Die gemeinsamen Leitlinien bilden die Grundlage des gemeinnützigen Journalismus. An diesen Standards lässt er sich messen.

Gemeinnütziger Journalismus verpflichtet sich zu Transparenz und guter Arbeit. Er erklärt seine Finanzierungswege und legt offen, wer hinter ihm steht. Er zeigt mögliche Interessenkonflikte auf und lebt eine offene Fehlerkultur. Er achtet die Menschenwürde und die Grundlagen fairer Berichterstattung. Er berichtet nur, wenn es etwas zu berichten gibt. Er setzt sich für das Grundgesetz ein und lehnt totalitäre Bestrebungen ab. Er ist selbstlos und macht keine Gewinne.

Im Gegenzug für diesen Dienst an der Gemeinschaft wird der gemeinnützige Journalismus von der Gesellschaft unterstützt. Er bekommt das Recht, Spenden anzunehmen. Er nimmt seine Aufgabe zur Entwicklung der Demokratie wahr.

Auf der anderen Seite muss sich der gemeinnützige Journalismus aber auch vor den Menschen in unserer Gesellschaft beweisen. Er wird nur von Menschen unterstützt und gefördert, wenn diese bereit sind, zu spenden. Er ist kein von Subventionen gepäppelter Selbstläufer. Gemeinnütziger Journalismus kann nur funktionieren, wenn seine Arbeit nicht an den Menschen vorbeigeht, sondern von ihnen für gut und sinnvoll erachtet wird. Er steht im Dienst der Gesellschaft.

Der gemeinnützige Journalismus verbindet damit Elemente aus dem privaten Journalismus und den öffentlich-rechtlichen Medien. Er kreiert etwas Neues.

Er steht für eine dritte Säule in der deutschen Medienlandschaft. Zusammen mit den privaten und den öffentlich-rechtlichen Institutionen gehört er zu den wichtigsten Akteuren der zukünftigen Gesellschaft.

Der gemeinnützige Journalismus sichert Pluralität und Vielfalt in Bereichen, in denen klassische Medien nicht mehr wirken können. Er garantiert, dass freie und unabhängige Medien vor Ort weiter verfügbar sind, wenn andere Säulen ausfallen.

Der gemeinnützige Journalismus ist in einer Demokratie der Zukunft unverzichtbar.



## MEHR GEMEINNÜTZIGKEIT WAGEN

Wir freuen uns, dass nun endlich nach fast zehn Jahren Entwicklung der gemeinnützige Journalismus Rechtssicherheit bekommen soll. So steht es im Koalitionsvertrag von SPD, Grünen und FDP.

Stiftungen und Menschen werden mit dem gemeinnützigen Journalismus Möglichkeiten finden, eine Vielzahl journalistischer Projekte zu unterstützen und sich aktiv für Aufklärung einzusetzen. Statt Verluste auf den Staat abzuwälzen, könnte der gemeinnützige Journalismus damit neue Geldquellen für das Medienschaffen in unserem Land erschließen. Es spielt keine Rolle, ob sich Arme oder Reiche einbringen, Gebildete oder Ungebildete.

Vor allem im lokalen Raum wird das Auswirkungen haben. Medienvereine können entstehen, die von Bürgerstiftungen vor Ort gefördert werden. Lücken in der lokalen Grundversorgung mit Nachrichten könnten geschlossen und ganz neue Projekte gegründet werden. Das Bewusstsein von vielen tausend Menschen wird sich ändern.

## EIN SIEGEL MACHT DEN UNTERSCHIED

Wenn eine Organisation Journalismus im Sinne des Gemeinwohls betreiben will und dafür Steuerbegünstigungen bekommt, so kann die Gemeinschaft im Gegenzug bestimmte Standards erwarten. Das Forum Gemeinnütziger Journalismus hat deswegen Leitlinien für den gemeinnützigen Journalismus in Deutschland veröffentlicht. Darin werden von Organisationen des gemeinnützigen Journalismus Transparenz, Selbstlosigkeit und ein redlicher Umgang mit Recherchen und Veröffentlichungen gefordert. Nur wer sich zu diesen Standards nachweisbar bekennt – und sie einhält – darf das Siegel des Forum Gemeinnütziger Journalismus tragen.

Das Siegel gibt Finanzbehörden einen Hinweis darauf, was sie als gemeinnützigen Journalismus anerkennen können.

Der gemeinnützige Journalismus erfindet damit nichts grundsätzlich Neues. Das Siegel führt die rechtssicheren Fundamente unserer demokratischen Gesellschaft zusammen und baut darauf auf: auf dem bekannten Qualitätsjournalismus, auf den bekannten Transparenzkriterien für Organisationen und dem seit Jahrzehnten erprobten Gemeinnützigkeitsrecht.

## DAS SIEGEL GARANTIERT:

### 1. Redlichkeit

Hier orientiert sich das Siegel an den Vorgaben zum sachgemäßen Umgang mit Recherchen und Veröffentlichungen im Pressekodex des Deutschen Presserats

### 2. Transparenz

Hier orientiert sich das Siegel an den Kriterien der Initiative Transparente Zivilgesellschaft.

### 3. Selbstlosigkeit

Hier orientiert sich das Siegel an der Abgabenordnung, dem zentralen Steuergesetz.

Um die Kriterien des Siegels erfüllen zu können, müssen sich die Organisationen des gemeinnützigen Journalismus zu folgenden Grundsätzen bekennen und deren Einhaltung beweisen:

### 1. Redlichkeit

Eine Organisation, die das Siegel des gemeinnützigen Journalismus tragen will, legt die Prinzipien ihrer Arbeit leicht zugänglich offen:

1. Sie achtet die Menschenwürde.
2. Sie bekennt sich zu Demokratie und Grundgesetz.
3. Sie recherchiert und veröffentlicht sorgfältig und fair.
4. Sie veröffentlicht Informationen zu Einzelpersonen nur, wenn sie einem öffentlichen Interesse im Sinne des Presserechts dienen.
5. Sie gibt sich ein zu veröffentlichendes Redaktionsstatut, in dem sie die Prinzipien ihrer Arbeit erklärt. Sie lässt sich an ihren Prinzipien messen.
6. Sie pflegt einen offenen Umgang mit eigenen Fehlern und korrigiert diese offen und macht dies kenntlich. Sie verpflichtet sich außerdem zur Veröffentlichung von Richtigstellungen, wenn sich veröffentlichte Informationen nachträglich als falsch erweisen.
7. Sie nennt die Quellen ihrer Informationen – soweit dies möglich ist. Sie macht kenntlich, wenn Quellen nicht offenlegt werden können und erklärt öffentlich, aus welchen Gründen eine Offenlegung der Quellen in diesen Fällen nicht möglich ist.
8. Sie bekennt sich zum Kodex des Deutschen Presserates.

## 2. Transparenz

Eine Organisation, die das Siegel des gemeinnützigen Journalismus tragen will, folgt den Regeln der Initiative Transparente Zivilgesellschaft und legt ihre Strukturen und Finanzierung offen.

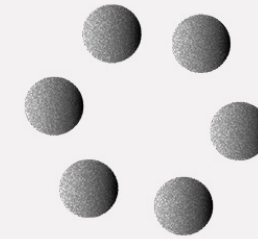
Die Selbstverpflichtungserklärung der Organisationen des gemeinnützigen Journalismus orientiert sich dabei an den Bedingungen der Initiative Transparente Zivilgesellschaft in der Fassung vom April 2016.

Sie verpflichtet sich, die nachstehend aufgeführten Informationen der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen, indem sie diese mit der Selbstverpflichtungserklärung leicht auffindbar auf ihrer Website veröffentlicht:

1. **Name, Sitz, Anschrift** und **Gründungsjahr** der Organisation.
2. **Vollständige Satzung** oder **Gesellschaftervertrag** sowie weitere wesentliche Dokumente, die Auskunft darüber geben, welche **konkreten Ziele** die Organisation verfolgt und wie diese erreicht werden (z. B. Vision, Leitbild, Werte, Förderkriterien).
3. Datum des **jüngsten Bescheides vom Finanzamt** über die **Anerkennung als steuerbegünstigte (gemeinnützige) Körperschaft**, sofern es sich um eine solche Körperschaft handelt.
4. **Name und Funktion** der **wesentlichen Entscheidungsträger** (z. B. Geschäftsführung, Vorstand und Aufsichtsorgane).
5. **Bericht über die Tätigkeiten der Organisation:** zeitnah, verständlich und so umfassend, wie mit vertretbarem Aufwand herstellbar (z. B. Kopie des Berichts, der jährlich gegenüber der Mitglieder- oder Gesellschafterversammlung abzugeben ist).
6. **Personalstruktur:** Anzahl der hauptberuflichen Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen; Angaben zu Honorarkräften, geringfügig Beschäftigten, Freiwilligendienstleistenden, ehrenamtlichen Mitarbeitern.
7. **Mittelherkunft:** Angaben über **sämtliche Einnahmen**, dargelegt als Teil der jährlich erstellten Einnahmen- / Ausgaben- oder Gewinn- und Verlustrechnung, aufgeschlüsselt nach Mitteln aus dem ideellen Bereich (z. B. Spenden, Mitglieds- und Förderbeiträge), öffentlichen Zuwendungen, Einkünften aus wirtschaftlichem Geschäftsbetrieb, Zweckbetrieb und / oder der Vermögensverwaltung.
8. **Mittelverwendung:** Angaben über die Verwendung sämtlicher Einnahmen, dargelegt als Teil der jährlich erstellten Einnahmen- und Ausgaben- oder Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Vermögensübersicht bzw. der Bilanz.

9. **Gesellschaftsrechtliche Verbundenheit mit Dritten**, z. B. Mutter- oder Tochtergesellschaft, Förderverein, ausgegliederter Wirtschaftsbetrieb, Partnerorganisation.

10. **Namen von juristischen Personen**, deren jährliche Zuwendung (inkl. Beiträge, Leistungsentgelte, Gebühren, Projektmittel, Spenden etc.) **mehr als zehn Prozent der gesamten Jahreseinnahmen ausmachen**. Angaben zu entsprechenden Spenden von natürlichen Personen werden nach Zustimmung derselben veröffentlicht, in jedem Fall aber als „Großspenden von Privatpersonen“ gekennzeichnet.



Die Organisation bestätigt, dass die Organe, welche für die Organisation bindende Entscheidungen zu treffen haben, regelmäßig tagen und dass die Sitzungen protokolliert werden. Anfragen an die Organisation werden in angemessener Frist beantwortet. Die Jahresrechnung wird namentlich durch einen Entscheidungsträger der Organisation abgezeichnet.

### 3. Selbstlosigkeit

Eine Organisation, die das Siegel des gemeinnützigen Journalismus tragen will, ist selbstlos tätig.

1. Alle finanziellen Überschüsse werden in die Organisation investiert. Gewinnentnahmen sind in der Satzung bzw. im Gesellschaftsvertrag ausgeschlossen.
2. Die Organisation darf keine Person durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigen.
3. Wirtschaftliche Tätigkeiten der Organisation außerhalb des gemeinnützigen Journalismus (z. B. Verkauf von Merchandising) dürfen keine Verluste machen und die entstehenden Gewinne müssen in die gemeinnützige Arbeit fließen.
4. Das Vermögen der Organisation mit Ausnahme des Gründungskapitals muss bei Auflösung an eine andere Organisation des gemeinnützigen Journalismus fließen.

## ARGUMENTE ZUM GEMEINNÜTZIGEN JOURNALISMUS

*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.

*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 der ehemalige Vorsitzender Richter am Bundesfinanzhof Prof. Peter Fischer in einem Gutachten zum gemeinnützigen Journalismus bestätigt. Die „Gemeinnützigkeit“ der genannten Rundfunkanstalten ist unabhängig davon, ob diese Anstalten verfahrensrechtlich der Steueraufsicht nach der Abgabenordnung 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, 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.

*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, das heißt der Vorteil des Spendenabzugs, ist daher gegenüber der Finanzierung durch direkte Zuwendungen aus öffentlichen Mitteln unbedingt vorzuziehen – es ist der kleinere Eingriff in die Gesellschaft. 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.

*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 Recher-

chieren selbst zum Kernbereich der ideellen Tätigkeit und damit zum steuerbegünstigten Zweckbetrieb im Sinne Abgabenordnung. Das hat Prof. Peter Fischer in seinem 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.

*Aber das Europarecht erlaubt die Förderung aus der Gemeinnützigkeit 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.

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

Das Forum Gemeinnütziger Journalismus hat als Selbstorganisation der dritten Säule im deutschen Mediensystem ein Siegel geschaffen, das zeigt, wie gemeinnütziger Journalismus definiert werden kann: Das Siegel führt dabei die rechtssicheren Fundamente unserer demokratischen Gesellschaft zusammen und baut darauf auf: auf dem bekannten Qualitätsjournalismus, wie ihn der Deutsche Presserat definiert, auf den bekannten Transparenzkriterien für Organisationen und auf dem seit Jahrzehnten erprobten Gemeinnützigkeitsrecht auf Basis der allgemeingültigen Abgabenordnung.

*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.

*Das Label „gemeinnützig“ kann klassische Medienunternehmen als zweitklassig entwerfen.*

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 Spenden annehmen. Das ist der einzige wirkliche materielle Unterschied.

*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.

*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.

*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.

*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.

*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.

*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.

*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.

### *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. 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 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 wurde durch Entschlüsse des Europäischen Parlaments und Mitteilungen der EU-Kommission immer wieder bestätigt. Die Einbeziehung des gewinnzweckfreien Journalismus in die Gemeinnützigkeit würde sich rechtssystematisch und wertkongruent in den Katalog der gesetzlich anerkannten ideellen Zwecke einfügen.

# DAS FAZIT

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

**[siegel-gemeinnuetziger-journalismus.de](https://siegel-gemeinnuetziger-journalismus.de)**

Singerstraße 109, 10179 Berlin

+49 (0) 30 – 555 780 20

**SIEGEL**  
**GEMEINNÜTZIGER**  
**JOURNALISMUS**

eine Marke des Forum Gemeinnütziger  
Journalismus