

Experimentierfreudig
Aus der Reihe "Dr. Vicaris wunderbare Welt des Tüftelns". Heute: Sensorjournalismus **Seite 4**

Ersetzbar
Wer hat's geschrieben: Mensch oder Maschine? Was wir von textenden Algorithmen halten sollten **Seite 7**

Expertengläubig
Warum ein Professoren-Titel unter einer Studie nicht die Recherche ersetzt **Seite 9**



Gefeuert

Mit seinen Anschuldigungen gegen den damaligen Star-Reporter Claas Relotius lief der freie Reporter Juan Moreno beim Spiegel gegen „solide Wände“, wie er sagt. Am Ende behielt er Recht. Für seinen Mut und seine Hartnäckigkeit wurde er nun ausgezeichnet. ► **Seite 3**

Reemtsma mahnt Journalisten: „Lasst das lieber sein“

Der Fall Relotius irritiert die Medienwelt nun seit Jahresende 2018 und sorgte für einen Imageschaden des Journalismus. Auch auf der nr-Jahreskonferenz 2019 dominieren die Themen Glaubwürdigkeit, Fehlerkultur und Fact-Checking.

„Wer die Reportagen von Relotius als journalistisches Meisterwerk ausgezeichnet hat, hat nicht mehr alle Tassen im Schrank“, sagte der Philologe, Sozialwissenschaftler und Mäzen Jan Philipp Reemtsma zum Auftakt und erntete großen Applaus. Die journalistische Stilform der Reportage nötige den Leser, den Blick des Autors auf die Wirklichkeit nachvollziehen zu müssen. Das sei ihm, Reemtsma, zu privat und interessiere ihn nicht. Eine scharfe Kritik, die Barbara Junge, stellvertretende Chefredakteurin der taz, zu entkräften versuchte. Eine Verdammung der Reportage als Darstellungsform hält die Journalistin für falsch. Einige Leser würden die Dinge eben gerne etwas plastischer lesen.

Neben der Textform Reportage rückte das journalistische Selbstverständnis

in den Fokus der Diskussion. Journalistinnen und Journalisten stünden vor der Herausforderung, ein Publikum zu bedienen, das faszinierende Texte lesen wolle. Doch da das Leben nicht immer schillernde Geschichten bereithalte, komme es häufig zu einer Selbstüberhöhung. „Journalisten wollen immer mehr sein als sie sind. Wir sind Handwerker, aber wir wollen Künstler und Schriftsteller sein und das verleitet uns“, sagte Annette Ramelsberger, Gerichtsreporterin bei der Süddeutschen Zeitung. Auch

Sozialforscher Jan Philipp Reemtsma ging in seiner Eröffnungsrede hart mit der Reportage als Stilform ins Gericht.

Barbara Junge warnte vor einer unangemessenen Überhöhung durch die Selbststilisierung des Reporters. Der Fokus müsse wieder stärker darauf liegen, die Leser zu informieren. Eine Debatte, ►



Nestgezwitscher

Das Beste zu #nr19 auf Twitter

Caro Buchheim @misscaro
#nr19 als lovefest: @martinkaul lobt @ronzheimer als „ordentlichen Antifaschisten“ für seine Aussage zu Kickl und attestiert, dass alles was er macht schon ganz ok sei, sofern es nicht in dieser Zeitung gedruckt sei.

← ↻ 1 ❤️ 10 ⋮

Philipp Woldin @PhilippWoldin
Juan Moreno bei seiner Preisverleihung: „Ich komme mir ein bisschen vor wie Margot Kässmann vor ihrer Alkoholfahrt.“ #nr19 @nrecherche

← ↻ 2 ❤️ 7 ⋮

Marc Zimmer @mrczmmr
"Sind wir beim Umgang mit unseren Fehlern auf dem richtigen Weg?", wird Georg Mascolo gefragt. Er sagt: "Naja. Wir sind jedenfalls auf einem Weg." #nr19

← ↻ 4 ❤️ 3 ⋮

Julius Betschka @JuliusBetschka
"Journalismus ist Kürzen und Auswahl", sagt @ArminWolf bei der #nr19.

Und das ist eine viel schönere, weil ehrlichere, Definition als: Sagen, was ist.

← ↻ 2 ❤️ 9 ⋮



In Zusammenarbeit mit der Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Hamburg und dem Journalismus-Fachmagazin MESSAGE



Weitere Informationen zur diesjährigen Konferenz sowie Videos und Fotos finden Sie unter nrch.de/nr19



@nrecherche
#nr19

Leuchtturm an Juan Moreno

Erst Nestbeschmutzer, dann Preisträger: Netzwerk Recherche zeichnet den Spiegel-Mitarbeiter für seine Aufdeckung der Relotius-Fälschungsserie aus

„Es gab im Reporterleben von Juan Moreno sicherlich schönere Erlebnisse, als jenes, für das er heute diesen Preis erhält“, eröffnete TV-Journalistin Julia Friedrichs ihre Laudatio für den Mann, der Relotius als erster auf die Schliche kam. Netzwerk Recherche würdigt die Aufdeckung der Manipulationen von Claas Relotius durch seinen engen Kollegen Moreno mit dem mit 3.000 Euro dotierten Leuchtturm-Preis.

Damit habe der freie Spiegel-Reporter eine bis dahin schier unglaubliche Facette der journalistischen Realität aufgedeckt, betonte Friedrichs. Kein Zufall, dass die junge Autorin des Redaktionsteams Docuopy die Rede hielt: Dem Netzwerk Recherche Vorstand war es wichtig, dass die Laudatorin und der Preisträger sich - als freie Journalisten - auf Augenhöhe begegnen. Denn Morenos große Leistung sei es, gerade als freier Reporter, der zumindest mit einem Fuß außerhalb der Spiegel-Gemeinschaft stand, den Grundsatz des Reporterlebens verteidigt zu haben, lobte Friedrichs.

Moreno hatte 2018 gemeinsam mit Relotius an einer Reportage über eine Bürgerwehr gegen Flüchtlinge in Arizona gearbeitet: Moreno recherchierte in Mexiko, den US-amerikanischen Part

übernahm Claas Relotius. In der Geschichte, die unter dem Titel „Jaegers Grenze“ am 16. November im Spiegel erschien, entdeckte Moreno Ungeheimheiten – und sprach die Ressortleitung darauf an. Die vertraute jedoch zunächst Relotius' Erklärungen – und so entschied sich Moreno, auf eigene Faust und auf eigene Kosten in den USA zu recherchieren. Er wies nach, dass sein Co-Autor die Protagonisten nie getroffen hatte. Der Anfang einer einzigartigen Enthüllung.

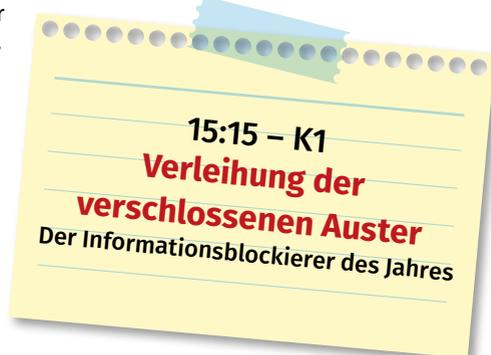
Heldenhafte?

Für den Preisträger selbst war diese Enthüllung alles andere als heldenhafte. Ihm sei bei der Zusammenarbeit mit Relotius schnell klargeworden, dass dort etwas nicht stimmen könne. „Am Ende steht mein Name unter einem Text, von dem ich weiß, dass es so nicht gewesen sein kann“, erklärte Moreno seine Motivation. „Da weiß ich nicht, ob es heldenhafte oder preiswürdig ist, etwas zu sagen, oder ob es am Ende nicht die meisten von uns so gemacht hätten.“ Umso befremdlicher sei es für ihn gewesen, nach Bekanntwerden

der Manipulationen im Dezember von „einem Haufen Spiegel-Redakteure“ beklatscht zu werden. Zumal die Wände des Widerstandes nach seinen Anschuldigungen gegen den Kollegen in der Spiegel-Redaktion „relativ solide“ gewesen seien.

Dennoch sei das kein Anlass aus Juan Moreno den Helden und aus Claas Relotius den isolierten Schurken zu machen, schlussfolgerte Friedrichs in ihrer Laudatio. Vielmehr sollten diese Enthüllungen Journalisten dazu ermutigen, auf Missstände innerhalb der eigenen Redaktion hinzuweisen – unabhängig vom Status als festangestellter oder freier Journalist.

Leon Tom Gerntke und Leonie Wunderlich



LEUCHTTURM

Seit 2002 vergibt Netzwerk Recherche den Leuchtturm für besondere publizistische Leistungen. Er zeichnet außergewöhnliche Recherchen von besonderer öffentlicher Bedeutung aus.

Preisträger der vergangenen Jahre:

- 2018:** Jana Simon, Annabel Wahba und Christian Fuchs (Die Zeit)
- 2017:** Hans Leyendecker (Ehrenleuchtturm); Armin Wolf (ORF)
- 2016:** Can Dündar (Cumhuriyet)
- 2015:** Ulrich Chausy (BR)
- 2014:** Bastian Obermayer und Uwe Ritzer (Süddeutsche Zeitung)
- 2013:** Michael Obert und Moises Saman; Jochen Wagner (Sonderpreis)
- 2012:** René Wappler (Spremlinger Rundschau) und Wolfgang Kaes (Bonner General-Anzeiger)
- 2011:** Frankfurter Allgemeine Zeitung / Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung
- 2010:** Dr. Heiner Geißler, Dr. Andreas Zielcke (Süddeutsche Zeitung) und Arno Luik (stern)
- 2009:** Reporterpool des NDR
- 2008:** Peter Merseburger
- 2007:** Andrea Röpke, Anton Maegerle und Thomas Kuban
- 2006:** Hajo Seppelt und das Team der Radiosendung „Hintergrund Politik“
- 2005:** Ingolf Gritschneider und Georg Wellmann; Bildblog.de (Sonderpreis)

KOMMENTAR

Schonungslose Selbstkritik? Schön wär's!

Claas Relotius hat mit seinen Fälschungen eine Schwachstelle des Journalismus sichtbar gemacht. Zeit für eine kritische Selbstreflexion? Nicht für jeden.

Der Hunger nach Journalistenpreisen, ein elitäres und sich abschotendes Gesellschaftsressort, eine ungenau arbeitende Dokumentation, die sich von dem Charisma der Kollegen blenden lässt, und Verantwortliche, die Relotius aufgrund seines Erfolges blind vertrauten: Der Abschlussbericht der Untersuchungskommission ist verheerend für den Spiegel. Und notwendig. Ein Fall von solchem Ausmaß ließ nichts anderes als schonungslose Selbstkritik zu. Um künftige Fälschungen zu vermeiden, formuliert die Kommission zahlreiche Verbesserungsvorschläge für den Spiegel. Neben einer verschärften Überprüfung zufällig ausgewählter Artikel soll ein Text pro Woche gar nicht von der Dokumentation überprüft werden. Warum? Jeder Autor soll seine Arbeit so erledigen, dass sie auch ohne Kontrolle der Dokumentation veröffentlicht werden könnte. Das soll nicht zuletzt Bequemlichkeit vorbeugen.

Ein journalistisches Selbstverständnis, dass der Spiegel anscheinend vergessen hatte.

Doch der Fall Relotius betrifft nicht nur den Spiegel. Claas Relotius hat auch für andere Medien geschrieben und in großem Stil betrogen, wie gerade erst durch Volker Lilienthal und Journalistik-Studierende der Universität Hamburg – die Autorin dieses Textes eingeschlossen – aufgedeckt wurde: Auch seine frühen Texte für die Financial Times Deutschland enthalten etliche Fälschungen. Dennoch bleiben ausgewiesene Verifikationsabteilungen in Redaktionen eine Seltenheit. Manch Verantwortlicher sieht nicht einmal die Notwendigkeit, die eigenen Kontrollinstanzen kritisch zu hinterfragen. Eine Einstellung, die angesichts des aktuellen Misstrauens gegenüber den Medien – verstärkt durch das Relotius-Trauma – kaum nachzuvollziehen ist. Es gibt keinerlei rationale Gründe, auf eine Instanz zu verzichten, die

mit zusätzlicher Expertise Fakten prüft, um Fehler zu vermeiden. Ein Beispiel, das bezeichnend ist für eine Branche, in der sich viele Redaktionen ihrer Arbeit zu sicher sind, ist der Bayerische Rundfunk (BR). Laut Chefredakteur Christian Nitsche herrschen beim BR seit Jahrzehnten Qualitätsstandards, die unmissverständlich seien. Doch wie konnte es der Bloggerin Marie Sophie Hingst dann gelingen, auch den BR zu täuschen? Der Abschlussbericht der Relotius-Kommission sollte Pflichtlektüre in allen Redaktionsstuben sein. Als abschreckendes Beispiel, was in einer Redaktion alles schieflaufen kann, und als Anreiz, auch die eigenen Methoden noch einmal zu überdenken.

Paula Lauterbach

„Wir haben schon seit Jahrzehnten Qualitätsstandards, die unmissverständlich sind. Fälschungen würden hart sanktioniert, sie sind unvereinbar mit der Tätigkeit als Journalist.“
BR – Christian Nitsche (Chefredakteur)

„Bei der F.A.Z. gehört die sorgfältige Recherche der Fakten für jeden Redakteur zum journalistischen Handwerk. Vor der Veröffentlichung werden alle Artikel nochmals geprüft.“
F.A.Z – Petra Hoffmann (Öffentlichkeitsarbeit)

„Wir haben an dem Vertrauensvorschuss, den unsere Autoren genießen, auch aufgrund dieses Falles nichts geändert. Ich will nicht bei jedem Artikel denken, dass irgendein Mensch mir mein Leben schwermachen will.“
brand eins – Katja Ploch (Dokumentarin)



Vicaris Expeditionen: Von der Butterbrot-dose in den Bienenstock

Der Wissenschaftsjournalist Jakob Vicari macht Journalismus mit Sensoren. Sein Aufruf an alle Redaktionen: Raus aus der Komfortzone, um den (digitalen) journalistischen Arbeitsalltag mitzugestalten und zu verbessern

„Mein Traum wäre es, hier eine kleine Werkstatt zu haben“, sagt Jakob Vicari in seinem ziemlich gewöhnlichen Büro in der Lüneburger Innenstadt: mit Flipchart, türkisfarbener Schreibtischplatte und Post-its an der Wand. In ausgedienten Flugzeugtrolley's häufen sich in organisiertem Chaos Kabel, bunte Lämpchen und Lötzinn – die eigentlich zentralen Werkzeuge seiner Arbeit.

„Ich sage immer, ich bin Wissenschaftsredakteur, auch weil das einfach gut klingt“, sagt Vicari. Ihn habe am Wissenschaftsjournalismus immer gestört, dass es nur reine Ergebnisberichterstattung gewesen sei: „Von dem Prozess, dem eigentlich Interessanten in der Wissenschaft, war lange nichts in den Zeitungen zu lesen.“ Für Vicari Antrieb und Auftakt zugleich, etwas Eigenes, ganz Neues zu machen: Sensorjournalismus (siehe Infokasten). Sein erster Prototyp, der die Außentemperatur misst und anschließend computergeneriert in einen journalistischen Text umwandelt, sei in einer Butterbrot-dose entstanden. „Die Leute wollen nicht sehen, dass es 28 Grad sind, sondern wollen lesen, dass es warm ist“, glaubt Vicari.



Als Pionier an der Schnittstelle zwischen Technik und Journalismus diskutierte Vicari am Freitag im Panel „Irgendwas mit Sensoren?“ über den Journalismus der Dinge – u. a. mit Kollegin Csuraji.

Kein Plan B

Schon von Beginn seiner Karriere war klar, dass Vicari keinen klassischen journalistischen Weg gehen würde. Während er die Deutsche Journalistenschule in München besuchte, studierte er parallel Journalistik sowie zwei Semester Physik und Biologie im Nebenfach. Im Jahr 2014 erschien seine Dissertation „Blätter machen. Bausteine zu einer Theorie journalistischer Komposition“. Er erkannte den Wis-

senschaftsjournalismus als Nische für sich: „Da wollte damals einfach keiner hin.“ Und doch blieb es für ihn nicht beim klassischen Wissenschaftsjournalismus. Er ging mit einem Stipendium für Innovationsförderung an das Medieninnovationszentrum in Babelsberg und lernte dort Laserschneiden, Fräsen, Löten und Programmieren. „Endlich konnte ich frei an meiner verrückten, völlig absurden Idee arbeiten, ohne dass dabei etwas rauskommen musste“, sagt der Tüftler.

Seine Idee: Daten, die er als Journalist braucht, selbst zu erheben. Dabei setzt Vicari Sensorjournalismus gezielt Sensoren ein, um die Welt zu vermessen und daraus journalistische Geschichten zu formen. Aus der unendlichen Menge an vorab erhobenen Informationen über Verhaltensmuster von Tieren, Temperaturen, Geräuschpegel oder Schadstoffkonzentrationen in der Luft werden automatisch journalistische Texte generiert, die im Anschluss daran mit Hilfe eines eigens programmierten Redaktionssystems ins Netz gestellt werden.

Wie geht's Biene Sabine?

Vicari neuestes Projekt heißt „Bienen live“. Dabei werden drei Bienenstöcke rund um die Uhr beobachtet – für jeden einsehbar dank einer 360-Grad-Kamera im Inneren und einem Bienenzähler am Eingang zum Bienenstock: Wie oft startet und landet eine Biene pro Tag überhaupt? Wie viele Bienen bleiben am Ende des Tages draußen und wurden von Vogelfutter? „Wir wollen auch einzelne Bienen verfolgen und sagen können: Biene Sabine startet jeden Tag vier Mal und ist eine ganz Fleißige, und ihre Schwester ist total faul und fliegt nur einmal aus und ruht sich dann erstmal aus.“ Für Vicari ein entscheidender Fortschritt in der journalistischen Pra-

xis von morgen: „Die Kreativität wird uns die Maschine nicht wegnehmen, wir müssen die neue Technologie nur für den Journalismus nutzen.“

Sensorjournalismus lasse Menschen live an dem Prozess teilhaben und eröffne dem Zuschauer dabei ganz neue Perspektiven, die es bislang nicht gab. Dabei könne diese neue Art des Journalismus sowohl unterhaltend, investigativ als auch lokal genutzt werden, bekräftigt Vicari. Für ihn persönlich ist das Spannende an seiner Arbeit: „Ich kann sprechende Spielzeuge bauen, Bienenzähler oder Lärmboxen entwickeln – das ist ein Gefühl von Freiheit.“

Vorne dran statt abgehängt

Eine Freiheit und Experimentierfreude, die Vicari sich auch mehr in deutschen Redaktionen wünscht: „Alle denken: Das ist hier ernst und wir kämpfen ums Überleben, da können wir doch nicht spielen.“ Er selbst sei immer wieder überrascht, wie gut die Leser es fänden, bei einem Ereignis live dabei sein zu können. Gerade durch das Internet der Dinge, also der zunehmenden Verknüpfung von physischen und virtuellen Objekten, sieht Vicari eine große Chance, Journalismus neu zu denken. Große Teile der Branche würden diesen Zugang jedoch verschlafen: „Alle schreiben zwar über Künstliche Intelligenz oder das Internet der Dinge, aber wie man das für den Journalismus nutzen kann, das ist uns manchmal ganz fern.“ Ein weiterer positiver Nebeneffekt des Sensorjournalismus sei es, Vertrauen beim Leser zu gewinnen: „Wenn jemand zweifelt, kannst du sagen: Hier sind die Daten, guck es dir doch an.“ Ein mögliches Gegengewicht zum Vertrauensverlust bei Medienkonsumenten.

Astrid Csuraji, die zusammen mit Vicari das Start-up tactile.news gründete, schätzt an ihrem Kollegen vor allem sein grenzenloses Denken: „Jakob ist der Mensch, der einem in drei Stunden wahnsinnig viele Ideen auf den Tisch knallt“, berichtet die Journalistin. Manchmal müsse sie Vicaris Kreativität nur in produktive Bahnen leiten, damit auch jemand für die Ideen bezahle. Mit Blick auf die Herausforderungen der Branche wundert sie sich manchmal, „dass es nicht zwanzig Jakobs gibt“. Für Vicari ist klar: „Das Gefühl, nicht als freier Journalist abgehängt in einer sterbenden Branche, sondern als Geschichtenerzähler vorne dabei zu sein, wo alle hinterherlaufen, ist optimal.“

Leon Tom Gerntke

SENSORJOURNALISMUS

... nutzt Sensoren, um Daten aus unserer Umwelt zu erheben und anschließend zu verarbeiten. Die Aufgabe des Journalisten besteht darin, diese Daten für das Publikum verständlich aufzubereiten. Im Manifest für einen Journalismus der Dinge, erstmals vorgestellt auf der re:publica 19, heißt es dazu:

„[Sensoren] können aber auch an Orte gehen, wo Menschen nicht hinkommen, seien es verstrahlte Gebiete, Abflussrohre oder das Verdauungssystem. Je abhängiger Journalisten von den Erhebungen zentralisierter Stellen sind, desto weniger unabhängig ist ihre Berichterstattung. [...] Weil Informationen durch Sensoren und andere Erhebungsinstrumente oft quantifizierbarer und überprüfbarer sind, können sie Aussagen belastbarer und zuverlässiger machen.“

Unterschieden werden drei Arten von Sensorjournalismus: Entweder werden bestehende Sensoren als Datenquelle genutzt, eigene Sensoren entwickelt oder die Rezipienten werden miteingebunden und bauen selber Sensoren.

Quellen: Manifest für einen Journalismus der Dinge (www.riffreporter.de); Sensors and Journalism (Tow Center)



Schützenswerte Verräter

EU-Parlament und Bundesregierung haben den Schutz von Whistleblowern verbessert und bewahren sie künftig umfassend vor Strafverfolgung und Repressalien. Die neuen Maßnahmen sind ein wesentlicher Fortschritt, weisen aber noch Schwachstellen auf

Die Rechte von Whistleblowern in Deutschland und der gesamten Europäischen Union sind massiv gestärkt worden – und kaum einer hat es bemerkt. Am 16. April beschloss das EU-Parlament neue Schutzmaßnahmen für Whistleblower. Zusätzlich verabschiedete die Bundesregierung zwei Tage später ein Gesetz zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen. Auch das schützt Whistleblower und Journalisten ausdrücklich vor Strafverfolgung, falls die „Offenlegung geeignet ist, das allgemeine öffentliche Interesse zu schützen“, oder bei der „Aufdeckung einer rechtswidrigen Handlung“ hilft, so der Gesetzestext.

Gewaltiger Fortschritt

Deutschland setzte damit eine EU-Richtlinie von 2016 um. „Die Situation für Journalisten war schon immer ganz hervorragend“, meint der stellvertretende Vorsitzende des Whistleblower-Netzwerks Johannes Ludwig. „Bei Whistleblowern war das bisher nicht der Fall.“ Das neue Gesetz sei deswegen ein gewaltiger Fortschritt, obwohl es eigentlich um den Schutz von Geschäftsgeheimnissen geht, sagt der Experte und frühere Medien-Professor, der mit dem Whistleblower-Netzwerk für die Sicherheit von Hinweisgebern kämpft. Während das Bundesgesetz Whistleblower vor der Strafverfolgung des Staates bewahrt, schützt die

neue EU-Richtlinie Hinweisgeber künftig auch vor der Vergeltung von Unternehmen und Organisationen. Whistleblower zu entlassen, einzuschüchtern oder anderweitig zu sanktionieren, wenn sie einen Missstand aufdecken, soll dann unter Strafe stehen. Die Bundesregierung hat zwei Jahre Zeit, diese neue Richtlinie in nationales Recht umzusetzen.

Bleibt der Journalismus außen vor?

In ihr ist auch geregelt, über welche Kanäle Whistleblower ihre Informationen weitergeben dürfen. Hinweisgeber sind künftig angehalten, Missstände zuerst organisationsintern zu melden. Sie können sich aber auch direkt an staatliche Behörden wenden, sofern ihre Beschwerden auf taube Ohren stoßen oder sie Repressalien innerhalb ihrer Organisation befürchten. Ludwig sieht das kritisch: „Auch Behörden funktionieren nicht immer gut. Wenn es um wirklich drastische Sachen geht, ist es immer hilfreich, wenn sich ein Whistleblower an Medien wendet.“ Journalisten könnten auch jetzt schon umfassenden Informantenschutz garantieren. Allerdings verbietet die EU-Richtlinie Whistleblowern, die Medien zu informieren, ohne vorher die Behörden kontaktiert zu haben. Nur wenn die staatlichen Stellen nicht reagieren, die Behörden selbst in

Verbindung mit dem Fehlverhalten stehen oder eine offenkundige Gefahr für das öffentliche Interesse erkennbar ist, wäre ein solcher Schritt erlaubt. Aber da muss man abwarten und genau hinschauen, was die (nächste) Bundesregierung aus der EU-Vorlage macht, meint der Vize-Chef des Whistleblower-Netzwerks Ludwig. Er befürchtet, dass Behörden aus Datenschutzgründen eingegangene Hinweise nicht veröffentlicht werden und die Bevölkerung nie von den illegalen Machenschaften erfährt.

Whistleblowern gibt die Richtlinie Rechtssicherheit. Allerdings nur, wenn sie Verstöße gegen EU-Recht aufdecken. Der Bundesregierung und dem Bundestag bieten sich nun bei der Umsetzung in deutsches Recht die Chance, ein zusätzliches Zeichen für die Presse- und Informationsfreiheit zu setzen. Dafür müssten sie sich entscheiden, die Sicherheit von Informanten auch bei Hinweisen zu Verstößen gegen deutsches Recht zu garantieren.

Ludwig erwartet jedoch eher nicht, dass die große Koalition die vorgegebene Richtlinie der EU noch verschärfen wird.

Julian Schröder

12:00 – K1
Arbeiten mit vertraulichen Informationen und anonymen Quellen
 Anette Dowideit, Claudia Gürkov, Pia Dangelmayer

Drohgebärden wirken abschreckend

Juristische Schritte gegen Berichterstattungen sind meist erst nach Veröffentlichung möglich. Anwälte gehen trotzdem schon vorher gegen unliebsame Recherchen vor

Das Presserecht erschwert juristische Schritte gegen Recherchen, solange diese nicht veröffentlicht sind. Deshalb haben Medienanwälte neue Strategien entwickelt, um gegen unliebsame Berichterstattung vorzugehen, wie eine noch unveröffentlichte Studie der Otto-Brenner-Stiftung von Tobias Gostomzyk, Professor für Medienrecht an der TU Dortmund, und dem Journalisten Daniel Moßbrucker zeigt. Allen präventiven Anwaltsstrategien sei gemein, dass sie sich immer stärker vom eigentlichen Juristenhandwerk entfernten: „Das sind Kommunikationsmaßnahmen. Das hat mit Recht im klassischen Verständnis nichts zu tun“, sagt Moßbrucker.



Daniel Moßbrucker ist Co-Autor der Brenner-Studie und gefragter Experte bei NR19.

Präventive Anwaltsstrategien

Die Studie, für die unter anderem Dutzende Journalisten und Juristen befragt wurden, zeigt zwei grundsätzliche Strategien der Anwälte: Zu den „harten“ Mitteln zählen sogenannte presserechtliche Informationsschreiben, die andere Medien abschrecken sollen, bereits veröffentlichte Informationen weiterzuverbreiten. Außerdem werden Warnschreiben aufgesetzt

(meist infolge der Konfrontation durch Journalisten), um Redaktionen im Vorfeld einer Publikation mit rechtlichen Folgen zu drohen. Solche Einschüchterungsversuche können laut Studie die redaktionelle Sorgfalt erhöhen, wenn Formulierungen zu beanstandeten Sachverhalten nochmals redaktionell geprüft werden. Außerdem könnten Recherchereue durch die Drohungen motiviert werden, tiefer zu bohren. Einschüchternde Wirkung haben die Warnschreiben laut Moßbrucker nur in Einzelfällen.

Da eine komplette Verhinderung der Berichterstattung unrealistisch ist, werden Moßbrucker zufolge zunehmend auch „weiche“ Maßnahmen eingesetzt. Dazu gehört etwa der Aufbau einer Gegenöffentlichkeit im Netz, oder der Redaktion werden andere Informationen zum Tausch angeboten. Oder Betroffene geben, nachdem sie auf eine Recherche aufmerksam geworden sind, Informationen mit einem eigenen Dreh an Konkurrenzmedien weiter, um den aufwändigen Recherchen die Exklusivität zu nehmen.

Gefahr für die Pressefreiheit

Auch wenn die Studie kaum einschüchternde Wirkung feststellen konnte, hat die Arbeit der Anwälte laut den Autoren dazu geführt, dass Redaktionen heute seltener bereit sind, Verfahren vor Gericht auszufeuchten. Stattdessen tendierten sie dazu, Unterlassungserklärungen abzugeben. Moßbrucker sieht darin langfristig eine Gefahr für die Pressefreiheit: „Wenn Verlage systematisch aufhören, Verfahren durchzuklagen, dann sind rechtskräftige Entscheidungen immer häufiger welche, in de-

nen Medien verlieren.“ Damit verkleinere sich der Bereich dessen, was Medien sagen und schreiben dürfen.

Um grundlegende Rechtsfragen zu klären, schlagen die Autoren der Studie eine Selbstverpflichtung der Medien vor: Sie sollten Musterfälle an ein noch zu gründendes Gremium melden und diese vor Gericht ausfeuchten. In der Verantwortung sieht Moßbrucker Organisationen wie die Berufsvereinigungen der Presserechtler, Verlegerverbände, Gewerkschaften und den Deutschen Presserat. Auch die Gesellschaft für Freiheitsrechte (GFF), die ein weiterer Auftraggeber zur Studie war, könnte sich hier einbringen. Damit sich einzelne Journalisten schützen können, brauche es aber vor allem journalistische Fortbildungen im Presserecht, in denen auch die neuartigen Bedrohungen im Alltag angesprochen werden.

Julia Behre

16:00 – K7
Mit juristischem Druck gegen die Pressefreiheit
 Wie Anwalt*innen Journalist*innen einschüchtern wollen und was dagegen zu tun ist
 Daniel Moßbrucker, Klaus Ott, Sarah Lincoln





Weggelacht

So ernst der Tag begonnen hatte, so humorvoll klangt er aus: Beim Reporterslam traten Ann-Kathrin Büüsker vom Deutschlandfunk, Lektor Sebastian Quillmann, Daniel Sprenger von extra 3 und Fernsehmoderator Florian Bauer gegeneinander an. Am Ende setzte sich Sprenger mit seiner Satire-Erfahrung durch.

INTERVIEW

„Hysterisch, unsensibel, sensationsgeil“

Journalistik-Professor Tanjev Schultz über Terrorberichterstattung

Terroristen instrumentalisieren die Aufmerksamkeitsökonomie der Medien für ihre Zwecke. Wie gehen deutsche Redaktionen mit dieser perfiden Strategie um?

Schultz: Nach meinem Eindruck wird der Umgang professioneller. Viele Redaktionen haben ihre Abläufe nach den Vorfällen der vergangenen Jahre überprüft und sind sich zum Beispiel der Gefahren bewusst, die von Gerüchten ausgehen, die auf Social-Media-Plattformen verbreitet werden. Die Grundprobleme sind allerdings seit Jahren gleich: dass zu reflexartig berichtet wird, zu hysterisch, zu unsensibel, zu sensationsgeil. Dass Informationen zu wenig hinterfragt werden. Dass ein Rudel von Medienleuten an den Tatorten herumläuft und schon durch ihr massives Auftreten Opfer und Augenzeugen einschüchtert, instrumentalisiert, eventuell sogar weiter traumatisiert.

Dass bild.de Ausschnitte aus dem Video des Attentäters von Christchurch zeigte, führte zu einer Rüge des Presserats. Warum treffen Redaktionen nach all

den Erfahrungen mit Anschlägen immer noch solch fatale Entscheidungen?

Auch wenn es Lernprozesse in den Redaktionen gibt: In extremen Lagen lassen sich Journalisten schnell mitreißen - der Konkurrenzdruck ist dann besonders hoch. Es herrscht eine aufgewühlte, aufgekratzte Grundstimmung, das kann zu falschen Entscheidungen verleiten. Dazu kommt: Anschläge finden großes Interesse beim Publikum, und vor allem die Boulevardmedien machen gerne das, was sie am besten können - oder glauben, am besten zu können: Sie bedienen das Interesse, indem sie die hochschießenden Emotionen noch anheizen und verstärken.

Oft liegt der Fokus der Berichterstattung auf dem Täter. Ist das ein Problem?

Es hat nach dem Anschlag in Christchurch, aber auch zuvor schon eine Reflexion darüber stattgefunden, wie viel Raum Medien den Tätern geben sollen. Je größer und gleichsam heroischer einzelne Täter in den Medien erscheinen, desto eher



Tanjev Schultz ist Professor für Journalistik an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz. Als Redakteur der Süddeutschen Zeitung berichtete er früher unter anderem über den Terror des NSU. Dafür wurde er kürzlich zusammen mit anderen mit dem Nannen Preis ausgezeichnet.

könnte das Nachahmer anstacheln - das erscheint mir ein plausibler Zusammenhang, auch wenn es hier keine einfachen und monokausalen Erklärungen geben kann. Ich halte allerdings nichts davon, den Namen eines Massenmörders in der Öffentlichkeit zu verschweigen. Das geht nach hinten los. Diese Täter werden dann erst recht zu einer mythischen Figur. Wer die Hintergründe einer Tat verstehen will, kommt nicht daran vorbei, auch die Hintergründe des Täters zu ergründen.

Das Interview führte Samira Debbeler



Kollege Algorithmus*

Ob Börse, Wetterbericht oder Fußballergebnisse der Kreisliga B – überall, wo Daten entstehen, bekommen Journalisten Konkurrenz von Algorithmen. Ein Grund zur Sorge?

„Wenn Journalisten in der Medienwelt von morgen noch ihren Platz finden wollen, müssen sie sich auch den Herausforderungen von morgen stellen“, sagt Thomas Hestermann, Professor für Journalismus an der Hochschule Macromedia in Hamburg. Er meint damit den technischen Fortschritt durch Künstliche Intelligenz (KI), die auch im Journalismus immer häufiger zum Einsatz kommt.

Bereits heute können Algorithmen journalistische Inhalte produzieren, wenn diese Nachrichten allein auf Daten basieren. „Wetter, Sport, Finanzen oder Kriminalität sind nur einige Felder, in denen Algorithmen sinnvoll eingesetzt werden können und sollten“, sagt Hestermann.

„Trend zur Kleinteiligkeit“

Vorreiterin im Bereich automatisierter Texterstellung in Deutschland ist die Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten. 2017 setzte das Medienhaus in Zusammenarbeit mit der Software-Firma AX Semantics erstmals einen Algorithmus ein, der anhand von Feinstaubdaten 80 Texte produziert, die



Die problematische Seite von KI zeigten Sicherheitsexperte Daniel Moßbrucker und der vietnamesische Blogger Lê Trung Khoa in „Zensur durch künstliche Intelligenz? Wie Angreifer automatisierte Systeme hacken, um kritische Berichterstattung zu unterdrücken“.

den Leser aktuell über die Feinstaubbelastung in seinem Wohngebiet informieren. „Mit Hilfe von Algorithmen ist es uns gelungen, diese Unmengen an Daten zu verwerten“, erklärt Stefanie

Zenke, Ressortleiterin Multimediale Reportagen bei der Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten.

Das Beispiel zeigt: Mit Hilfe von Algorithmen lassen sich manche im Redaktionsalltag bislang vernachlässigte Themenfelder journalistisch erschließen und leichter aufbereiten. Zudem sei eine verstärkt personalisierte Berichterstattung möglich, so Zenke. Frank Feulner, Gründer von AX Semantics, einem führenden Anbieter im KI-Bereich, spricht von einem „Trend zur Kleinteiligkeit: Unterstützt von Algorithmen können Texte schnell und günstig für ganz viele verschiedene Leser geschrieben werden“. So könne man auch über Ereignisse wie Gemeinderatswahlen oder Fußball-Kreisligapartien berichten, die nur für eine geringe Leserschaft relevant seien. „Wo ein Redakteur niemals hingeschickt werden würde, übernehmen Algorithmen auf der Basis von Daten die Berichterstattung“, sagt Feulner.

Etabliert hat sich der Einsatz von Algorithmen beispielsweise in der Wirtschaftsberichterstattung. Während Redakteure von Nachrichtenagenturen wie Associated Press früher pro Quartal rund 300 Unternehmensberichte schreiben mussten, lässt sich mit Hilfe von Software heutzutage die zehnfache Menge an Quartalsberichten und Finanzmeldungen generieren.

Werden Algorithmen den Journalisten also irgendwann ersetzen? „Das ist so ähnlich, als würde man sagen: Wird die neue vollautomatische Espresso-Maschine alle Köche arbeitslos machen?“, beruhigt Wissenschaftler Hestermann. Auch Ressortleiterin Zenke sagt, Algorithmen seien weniger eine Bedrohung als vielmehr ein Werkzeug,

das neue Themenfelder eröffne und Journalisten von Routinearbeit befreie. „Wenn Zeit gespart wird, können andere Themen umgesetzt werden. Journalisten können sich auf investigative Recherchen konzentrieren oder rausgehen und neue Geschichten aufspüren.“ Denn dazu seien Maschinen bislang nicht in der Lage. „Die soften Bauchgefühle sowie Wertvorstellungen und Normen sind schwer in Daten auszudrücken und lassen sich einer Maschine nicht beibringen“, erklärt Software-Experte Feulner. Während sich im Sport nahezu jeder Spielverlauf beschreiben lasse, stellen nicht datafizierbare Ereignisse wie Ausschreitungen in Fanblöcken den Algorithmus vor unüberwindbare Herausforderungen.

Auch bei politischen Analysen stoßen Algorithmen (noch) an ihre Grenzen. Anhand der Ergebnisse von vergangenen Wahlen können sie Wahlausgänge zwar prognostizieren, nicht jedoch zwischen den Zeilen lesen: Algorithmen können weder parteipolitische Inhalte interpretieren noch Taktiken erkennen, die hinter bestimmten Aussagen von Politikern stehen. „Hier ist das menschliche Talent unersetzlich“, so Feulner.

Kaum unterscheidbar

Medienforscher Thomas Hestermann traut den Maschinen da schon deutlich mehr zu: „Eine Meinung zu entwickeln ist durchaus keine exklusiv menschliche Tätigkeit mehr.“ Eine Reduzierung der Algorithmen auf nachrichtliche Darstellungsformen hält er für zu eng gedacht: „Anhand von persönlichen Daten und Merkmalen lassen sich durchaus auch Kommentare schreiben, die plausibel sind.“

Die Leser können laut aktuellen Studienergebnissen ohnehin kaum Unterschiede zwischen automatisch erzeugten und von Menschen geschriebenen Texten erkennen. Im direkten Vergleich schneiden Computertexte sogar sehr gut ab. Für den Software-Entwickler Feulner sind diese Ergebnisse einleuchtend: „Wir sollten nicht vergessen, dass der Mensch der Maschine das Schreiben beigebracht hat und die Texte daher alles besitzen, was das look and feel eines menschlich verfassten Textes ausmacht.“

Fest steht: Der Einsatz von Algorithmen wird Journalistinnen und Journalisten in naher Zukunft nicht verdrängen, sehr wohl aber ihr Berufsbild stark verändern und Zuständigkeits- sowie Kompetenzbereiche verschieben. „Der Journalist von morgen kann alles“, prognostiziert Wissenschaftler Hestermann, „man kann sich ihn als Rucksackjournalist vorstellen, der nicht nur schreiben, sondern auch programmieren und selbstständig mit Software arbeiten kann.“

*Dieser Text wurde von einem Menschen geschrieben.

Wiebke Knoche

ANZEIGE

10
Wochenenden
die taz für
10€



Testen Sie die taz am Wochenende. 10 Wochenenden für 10 Euro: taz.de/testabo
taz, Friedrichstraße 21, 10969 Berlin



Grenzen sind zum Überschreiten da

Internationale Enthüllungen wie die „Panama Papers“ zeigen auf eindrucksvolle Art, was mit Cross-Border-Journalismus erreicht werden kann. Wo liegen die Stärken der grenzübergreifenden Recherche? Und inwieweit wird sie das Berufsbild des Journalisten nachhaltig verändern?

„Wir sind Journalisten aus verschiedenen Ländern, die an einem gemeinsamen Thema oder einem gemeinsamen Fall arbeiten, ihre Recherchen miteinander teilen und gegenseitig Factchecking betreiben – und anschließend veröffentlicht jeder für die eigene Zielgruppe.“ So beschreibt Brigitte Alfter grenzüberschreitenden Journalismus. Die deutsch-dänische Journalistin setzt sich seit ihrer früheren Arbeit als EU-Korrespondentin in Brüssel mit Cross-Border-Recherchen auseinander und sieht in der internationalen Teamarbeit eine besondere Stärke.

„Die Denke dahinter ist, dass wir das eigene Land, die eigene Sprache, die eigenen Quellen und auch die eigenen Zielgruppen am besten kennen, aber eben nicht die der anderen Länder. Wenn ich EU-Journalismus betreibe, dann muss ich mich mit den

Kollegen aus diesen Ländern vernetzen, um ordentliche, gründliche Informationen zu bekommen“, sagt Alfter, die auch ein Handbuch zu Cross-Border-Journalismus geschrieben hat. Ein weiterer positiver Nebeneffekt sei, dass durch grenzübergreifendes Factchecking und den Austausch mit ausländischen Kollegen eigene blinde Flecken wie ein „Cultural Bias“ – eine kulturelle Voreingenommenheit – überwunden werden könnten. Für Kollegen aus Ländern ohne ernstzunehmende Pressefreiheit kann die Kooperation außerdem einer Lebensversicherung gleichkommen. So fühlten sich Kollegen aus solchen Ländern schlichtweg sicherer, wenn sie regelmäßigen Kontakt zu ausländischen Redaktionen hielten, erklärt Alfter.

Die Stärken des Miteinanders

Weitere gewichtige Gründe für grenzüberschreitende Zusammenarbeit sind nach Ansicht Alfters die verstärkte Recherchekraft im Team, die verschiedenen individuellen Stärken der beteiligten Journalisten sowie die höhere Durchschlagskraft der publizierten Geschichten. „Wenn man eine Story in mehreren Ländern gleichzeitig oder zumindest zeitnah veröffentlicht, dann ist diese überall auf der Tagesordnung.“ Das bloße Übersetzen von Artikeln in andere Sprachen würde hingegen mitnichten eine breite Leserschaft ansprechen. „Dies kann nur erreicht werden,

wenn die Veröffentlichung in den jeweiligen Ländern an die dortige Journalismus-Kultur, sprich die landesspezifischen Gepflogenheiten der Berichterstattung – etwa den Schreibstil – angepasst wird.“

Eine neue Rolle entsteht

Die vielen Akteure mit ihren unterschiedlichen Fähigkeiten, Arbeitsweisen, aber auch Befindlichkeiten zusammenzubringen und zusammenzuhalten ist keine leichte Aufgabe. Daher bedürfen transnational angelegte Recherche-Projekte einer professionellen Koordination und Planung, um Chaos zu vermeiden. Aus dieser Notwendigkeit entsteht laut Alfter allmählich eine neue spezialisierte Berufsrolle: die des „Cross-Border-Team-Koordinators“. Es sei relativ leicht, sich in das Thema Projektmanagement einzuarbeiten, meint Alfter. Würde man dies etwa in die Journalistenausbildung einbauen oder Fortbildungen dazu anbieten, sei man „als Journalist relativ schnell relativ gut vorbereitet“. Deshalb könnten auch junge Journalisten in diese Rolle schlüpfen. „Man darf davor keine Angst haben, sich in eine solche Rolle zu begeben“, sagt Alfter. Es sei nicht so, dass man 20 Jahre Erfahrung brauche, um ein solches Team zu koordinieren. Man müsse „einfach loslegen“!

David Baldauf



11th GLOBAL INVESTIGATIVE JOURNALISM CONFERENCE

Hamburg, 26. bis 29. 9. 2019
Anmeldung unter gijc2019.org
Vergünstigte Early-Bird-Tickets bis 15. Juli



Keine Ahnung von X

In vielen Redaktionen mangelt es am grundlegenden Verständnis für den Umgang mit Forschungsergebnissen. Eine einfache Checklist schafft Abhilfe

Ob ein sensationeller Krebstest am Universitätsklinikum Heidelberg, die vermeintlich wissenschaftliche Expertise von Lungenärzten in der Stickstoffdioxid-Debatte oder die Fehlininterpretation der „Mitte-Studie“ der Friedrich-Ebert-Stiftung: Immer wieder übernehmen Journalisten vorschnell Studienergebnisse oder machen bei der Einordnung und Interpretation wissenschaftlicher Erkenntnisse grobe Fehler. „In den aktuell berichtenden Medien, aber auch in vielen politischen und wirtschaftlichen Redaktionen gibt es ein echtes Qualitätsproblem“, stellt Holger Wormer, Professor für Wissenschaftsjournalismus an der Technischen Universität Dortmund, fest. Bei vielen Nachrichtenmedien, auch bei den öffentlich-rechtlichen Sendern sei es gang und gäbe, dass völlig unkritisch Studien übernommen oder zitiert würden.

Blinde Expertengläubigkeit

Ein Grund dafür: Zeitdruck. „Wir haben eine wachsende Konkurrenz um Klicks und Quoten bei gleichzeitig tendenziell sinkendem Personal“, sagt Wormer.

Das erschwere eine tiefgründigere Recherche. Hinzu komme, dass viele Journalisten bei dem Wort „Studie“ eine blinde oder zu große Expertengläubigkeit hätten. „Ich muss kein investigativer Journalist sein, um zu merken, dass ich über die eine oder andere Studie nicht berichten bzw. erstmal tiefgründiger recherchieren sollte.“

Seit 2010 leitet Wormer das Projekt „Medien-Doktor“, das die Qualität von

Ich muss kein investigativer Journalist sein, um zu merken, dass ich über die eine oder andere Studie nicht berichten sollte.

Wissenschaftsjournalismus nach festen Kriterien bewertet. Eine Erkenntnis daraus: „Vielen Journalisten fehlt ein grundlegendes wissenschaftliches Verständnis.“ Für Nicola Kuhrt, Wissenschaftsjournalistin und Mitgründerin des Medizin-Watchblogs MedWatch, gehört es zum journalistischen Handwerkzeug, Studien kritisch zu hinterfragen. Dafür müsse man auch nicht

Naturwissenschaften studiert haben oder Mediziner sein (s. Interview).

Ab in den Redaktions-Papierkorb

Wormer, der auf der Konferenz im Panel „Studien ohne Sinn“ über #FakeScience diskutierte, pflichtet ihr bei: „Man kann einen Großteil der Studien mit einer einfachen Checkliste aussortieren.“ Etwa beim Blick auf den Auftraggeber. „Eine Studie eines Marktforschungsinstitutes oder einer Unternehmensberatung ist im wissenschaftlichen Sinne per se erstmal nicht als Studie zu betrachten“, sagt Wormer. Ein weiteres Kriterium sei die Methode, mit der die Forschungsfrage beantwortet werden sollte. „Eine Studie, bei der die angewandte Methodik nicht transparent gemacht wird, gehört in den Redaktions-Papierkorb“, rät

Wormer. Wenn nicht nachvollziehbar sei, wie jemand zu einem bestimmten Ergebnis gekommen ist, müsse man annehmen, dass die Studie unseriös sei. Zuletzt

sollte man prüfen, ob mit den erhobenen Daten wirklich so weitreichende Schlussfolgerungen gezogen werden können. Bei bestehender Unsicherheit sollten andere Studien oder die Einschätzung von Experten aus dem betreffenden Fach hinzugezogen werden.

Leonie Wunderlich

Checkliste

für einen besseren Umgang mit (wissenschaftlichen) Studien

- Wer ist der Auftraggeber der Studie? Deuten die Ergebnisse darauf hin, dass hier im Sinne des Auftraggebers „geforscht“ wurde?
- Wird die Methodik der Studie transparent gemacht? Ist die Methode geeignet, um die Frage zu beantworten? (Ggf. Experten fragen!)
- Ist die Stichprobenwahl sinnvoll? Wie groß ist die Grundgesamtheit?
- Ist die Fragestellung sinnvoll / überhaupt zu beantworten?
- Klingt das Ergebnis der Studie zumindest annähernd vernünftig und nachvollziehbar?
- Behauptung von Trends: Gab es genügend Vergleichszeitpunkte?
- Gibt es andere Studien zum Thema? Falls ja: Sind deren Ergebnisse einheitlich oder widersprüchlich?

Quellen: Dohmen, C.: *Wissenschaft verstehen und journalistisch nutzen. Netzwerk Weitblick.* | Wormer, H. und Karberg, S.: *Wissen: Basiswissen für die Medienpraxis.* Herbert von Halem Verlag.

INTERVIEW

„Neu ist nicht automatisch besser“

Wissenschaftsjournalistin Nicola Kuhrt über redaktionelle Fehler, Gründe dafür und Wege, sie zu vermeiden.

Selbst renommierten Redaktionen unterlaufen immer wieder Fehler, wenn sie über Studienergebnisse berichten. Wie kann das sein?

Kuhrt: Fehler passieren. Oft ist es aber ein Zeitproblem. Wenn man etwa bei einer Tageszeitung arbeitet, die gerade die Hälfte der Belegschaft entlassen hat und der Redaktionsschluss naht, ist nicht immer genug Zeit, noch alle Rückfragen zu einer Studie zu stellen. Was auch immer wieder passiert: Es wird mehr oder minder unkommentiert eine Pressemitteilung übernommen.

Die Enthüllungen zu #FakeScience haben gezeigt, dass nicht jeder vermeintlich wissenschaftlichen Publikation zu trauen ist. Welche Rolle spielt Wissenschafts-PR?

In Deutschland gibt es eine starke Lobby, die zum Beispiel für Medizinprodukte oder Arzneimittel wirbt. Nicht immer ist schnell erkennbar, wenn mit einer Studie oder dem Magazin, in dem sie erscheint, etwas nicht stimmt. Man muss wachsam sein und – wie bei anderen Themen auch – kritisch draufgucken.



Nicola Kuhrt ist Mitbegründerin des Watchblogs MedWatch, das unseriöse Heilsversprechen im Netz aufdeckt.

Muss ich Medizin oder Biologie studiert haben, um fundiert über wissenschaftliche Erkenntnisse im Bereich Gesundheit berichten zu können?

Bei vielen Themen ist entsprechendes Fachwissen von Vorteil. Grundsätzlich muss man das Fach aber nicht studiert haben, denke ich. Man sollte dann nur besonders sorgfältig an die Recherche herangehen, mit verschiedenen Fachleuten sprechen und sich immer die Qualität und Aussagekraft der Studie angucken. Da gibt es ein paar einfache Kriterien, die man prüfen kann, ohne die Studie bis ins letzte Detail zu verstehen.

Und die wären?

Zuerst kann man schauen, ob die Studie in einem renommierten Journal wie Nature, Cell oder Science erschienen ist. Hier wird jede Publikation vor Veröffentlichung von Kollegen des gleichen Faches kritisch angesehen. Dann kann man prüfen: Um welche Art Studie handelt es sich? Um

eine randomisierte kontrollierte Studie mit vielen Teilnehmern oder um eine kleine erste Untersuchung, die in der Petrischale durchgeführt wurde? Auch sollte man auf die Interessen der beteiligten Forscher achten: Seriöse Wissenschaftler geben in ihrer Veröffentlichung an, ob finanzielle Abhängigkeiten bestehen. Bei vielen Fragen zu Studien oder Ereignissen mit wissenschaftlichem Bezug kann man sich als Journalist auch an das Science Media Center wenden.

Wann müssen die Alarmglocken schrillen?

Bei Interessenskonflikten. Zum Beispiel wenn ein Wissenschaftler ein neues Medikament als Wunder bejubelt, selbst aber an dem Start-up beteiligt ist, das dieses Mittel vermarkten will. Generell kann man sagen: Wenn mittels einer Studie eine Sensation oder ein Durchbruch behauptet wird, sollte man immer fünf Mal nachrecherchieren. Und: Wenn mittels einer Studie behauptet wird, ein neuer Wirkstoff sei das ultimative Mittel für eine bestimmte Patientengruppe, stimmt dies oft nicht: Neu ist nicht automatisch besser.

Das Interview führte Leonie Wunderlich



„Es ist deine Pflicht, etwas zu sagen“

Barış İnce ist einer von Hunderten Journalisten, gegen die die türkische Justiz ermittelt. Zahlreiche seiner Kolleginnen und Kollegen sitzen bereits im Gefängnis, ihm drohen 21 Monate Haft wegen angeblicher Beleidigung des Präsidenten.

Für einen Mann, der riskiert, für seine Überzeugung in Haft zu müssen, spricht Barış İnce erstaunlich leise. „Wenn es sein muss, dann gehe ich ins Gefängnis. Aber ich will es endlich wissen“, sagt der türkische Journalist. Seit Jahren wartet er auf eine Entscheidung der Justiz. Die Ungewissheit, die die Verzögerungen im Verfahren mit sich bringen, macht ihm besonders zu schaffen.

Nun soll er zur Ruhe kommen. Die Hamburger Stiftung für politisch Verfolgte hat ihn für ein halbes Jahr nach Deutschland eingeladen. In dieser Zeit reist er durchs Land und trifft Journalisten, Schriftsteller und Intellektuelle. Auch der Austausch mit der deutsch-türkischen Gemeinschaft liege ihm am Herzen, denn er habe hierzulande zahlreiche Leser, erzählt İnce, dessen Texte unter anderem auf der deutsch-türkischen Medienplattform taz.gazete erschienen sind.

Präsidentenbeleidigung in Versform

Mehr als zehn Jahre arbeitete İnce für die linke türkische Tageszeitung BirGün, einer Art türkischer taz. Zuletzt war er dort Chefredakteur. Wegen eines Artikels über Korruptionsvorwürfe gegen die Regierung wurde der heute 37-Jährige vor vier Jahren wegen Beleidigung des Staatspräsidenten zu einer Geldstrafe verurteilt. Doch weil seine Verteidigung vor Gericht eine versteckte Botschaft enthielt, wurde prompt ein neues Verfahren eröffnet. Diesmal soll er anhand eines Akrostichons, einer Versform, in der die ersten Buchstaben der Zeilen einen neuen Sinn ergeben,

den Präsidenten beleidigt haben. 2017 das Urteil: 21 Monate Haft. İnce legte Widerspruch ein, seitdem wartet er auf eine Entscheidung.

In Hamburg genießt er derweil die Offenheit und Gastfreundschaft der Menschen und die Begeg-

schaft der Türkei ist heute uniform. Fast alle Medien stehen unter Kontrolle der Regierung oder gehören regierungsnahen Geschäftsleuten. Die Folge: eine staatliche und Selbstzensur der Journalisten, die unter dem großen politischen Druck leiden.

Deshalb rät İnce allen angehenden Journalisten in seinem Land, für unabhängige alternative Medien zu arbeiten – trotz niedrigerer Löhne. „Journalismus ist wichtig, aber man muss sich treu bleiben“, sagt İnce.

Gestiegene Nachfrage

Seit Jahren ist BirGün wegen ihrer kritischen Berichterstattung im Visier der Regierung. Nach den Gezi-Protesten 2013 schnellte die Auflage in die Höhe, von etwa 5.000 auf 25.000. Dennoch leidet die Zeitung laut İnce stark unter der politischen Situation und kämpft mit finanziellen Schwierigkeiten wie dem Verlust von Werbekunden und teurem Papierimport aus dem Ausland. Auch die ständigen Gerichtsverfahren gegen Mitarbeiter der Zeitung machten das Überleben schwierig.

Erst im vergangenen Jahr ließ İnce seinen Posten als Chefredakteur bei BirGün hinter sich und kehrte zurück in seine Heimatstadt Izmir,

von wo er weiterhin Kolumnen und Artikel für die Zeitung schreibt und die Redaktion berät. „BirGün ist Familie“, sagt İnce.

Sein Heimatland dauerhaft zu verlassen kommt für İnce, dessen Frau und Sohn in der Türkei geblieben sind, trotz der widrigen Umstände nicht in Frage: „Wir müssen für die Freiheit kämpfen und wir können erfolgreich sein.“ Seine Motivation, nicht aufzugeben, zieht er aus seiner politischen Überzeugung und dem Ansporn, seinen Lesern ein Vorbild zu sein. İnce ist überzeugt, dass Intellektuelle und Journalisten in kritischen Zeiten ihre Stimme erheben sollten. Die Menschen würden nur darauf warten. „Es ist deine Pflicht, etwas zu sagen“, sagt Barış İnce und lächelt.



Barış İnce ist fest entschlossen: „Wir müssen für die Freiheit kämpfen.“

nungen mit vielen gleichgesinnten Türken, die er im Schanzenviertel trifft. Und doch, sagt er, verfolge ihn ein unangenehmes Gefühl: „Ich bin hier, während meine Freunde und Kollegen der Cumhuriyet im Gefängnis sitzen.“ Die Cumhuriyet ist eine der ältesten und neben der BirGün eine der letzten regierungskritischen Zeitungen des Landes. Zahlreiche Mitarbeiter sitzen in Haft, gegen viele weitere wird unter anderem wegen angeblicher Terrorvorwürfe ermittelt.

In der Rangliste der Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen rangiert die Türkei auf Platz 157 von 180 Staaten. Mehr als hundert Medienschaffende sind inhaftiert, mindestens 35 wegen ihrer journalistischen Tätigkeit. Zusätzlich stehen zahlreiche Journalisten wie İnce vor Gericht. Nach dem Putschversuch 2016 wurden mehr als hundert Medienorganisationen geschlossen. Die ehemals pluralistische Medienland-

Jana Marie Krest



Wider den Verdross

Mediale Dauerbrenner gehen dem Publikum irgendwann auf die Nerven. Beim „Brexit“ ist das anders. Warum?

Drei Jahre Dauerberichterstattung und kein Ende in Sicht. Trotzdem interessiert immer noch nahezu jede kleine Wendung der Ereignisse. „Ich schreibe seit zwei Jahren mindestens einen Artikel pro Tag, manchmal drei: Für Online, für Print, für unterschiedlichste Podcasts“, sagt Cathrin Kahlweit, Korrespondentin der Süddeutschen Zeitung (SZ) für das Vereinigte Königreich und Irland. „Es wird mir immer noch aus den Händen gerissen.“

Wann das Publikum eines Themas überdrüssig wird, lässt sich nicht vorhersagen. Christina Schumann, Medienforscherin an der Technischen Universität Ilmenau, hat das Phänomen

Themenverdrossenheit untersucht und dafür mehrere Hundert Rezipienten befragt. Ihr Ergebnis: Dass Medienkonsumenten von einem Thema genervt sind und davon nichts mehr sehen und hören möchten, weil zu lange und intensiv berichtet wurde, trifft vor allem auf Nachrichten aus Politik und Gesellschaft zu – etwa bei der Eurokrise oder der Affäre um den ehemaligen Bundespräsidenten Christian Wulff vor rund fünf Jahren.

Die Lust auf den Brexit

Heute steht zum Beispiel die „Fridays for Future“-Bewegung um die Aktivistin Greta Thunberg im Fokus der Medien.

Ihre starke Präsenz in den Nachrichten ist laut Schumann durch die Wiederholung ihrer immer gleichen Botschaft gekennzeichnet. Die Medienwissenschaftlerin vermutet, dass eine als zu massiv wahrgenommene Berichterstattung den Verdross-Effekt begünstigt.

Dass hingegen Großbritanniens bevorstehender EU-Austritt die Leser fortwährend fasziniert, erklärt SZ-Korrespondentin Kahlweit mit der medial vermittelten Dramatik: „Der Brexit ist Hollywood, der Brexit ist ‚Game of Thrones‘ – ein irres politisches Thema.“ Er sei Drama, Farce und Comedy zugleich, eben „eine Mischung aus Versagen des Parlamentarismus, seltsamen Politikern, Schimpfwörtern, Schreiereien, Tränen“. Und: Weil es wie die Fortsetzung einer TV-Serie wirkt, sei die ganze Sache „sehr viel leichter zu verkaufen“.

Unterbelichtetes beachten

Dass Medienkonsumenten vom Brexit scheinbar nicht genug bekommen, liegt

also womöglich an dessen Unterhaltungswert. Zudem interessiert sich das Publikum offenbar für unterbelichtete Aspekte. Kahlweit achtet deswegen darauf, „eine Region oder ein Thema immer wieder aufzugreifen, um Erfolge, Misserfolge und Entwicklungen zu beschreiben“.

Medienforscherin Schumann rät Journalisten, in ihrer Berichterstattung über ein und dasselbe Thema flexibel zu bleiben und immer wieder einen neuen Fokus zu setzen. So lässt sich im besten Fall der Themenverdross des Publikums abschwächen. Redaktionen müssten die Rezipienten informieren, „ohne sie mit zu viel Redundanz zu überfordern“, sagt Schumann. Dies hat auch UK-Korrespondentin Kahlweit verinnerlicht: „Man muss aufpassen, dass man sich nicht im Klein-Klein verliert, dass man es nicht zu kompliziert macht.“

Pascal Patrick Pfaff



Raum für Experimente

Was reizt Journalisten am Podcasten? Geld kann es nicht sein.

„Der Podcast ist das Radio des 21. Jahrhunderts“, sagt Philip Banse, freier Journalist und Produzent von „Lage der Nation“. Den wöchentlichen Polit-Podcast aus Berlin produziert er seit drei Jahren gemeinsam mit seinem Kollegen Ulf Buermeyer. Anders als Buermeyer, der als Richter am Landgericht Berlin arbeitet, hat Banse neben dem Podcast keinen zusätzlichen Brotberuf. „Reich wird man nicht, aber ich kann davon leben und meine Rechnungen bezahlen“, berichtet er.

Das Finanzierungsmodell von „Lage der Nation“ umfasst vier Säulen: Werbung, Abonnements, Spenden und Live-Events. Zuletzt kamen mehr als 1.000 Leute zu einem ihrer Auftritte, erzählt Banse. Bei den Shows wird der Podcast live vor Publikum aufgenommen.

Der Arbeitsaufwand für eine Folge sei vergleichbar mit einem Vollzeitjob. Mehrere Tage Recherche und Themenvorbereitung sowie mehrere Stunden Schnitt und Nachbereitung.

Podcasten kostet Zeit

„Die Mischung aus journalistischer Wahrhaftigkeit und ironischer Distanz“ sei beim freien Medium Podcast am besten gegeben, meint Malte Herwig. Er steckt hinter dem hochgelobten „Faking Hitler“-Podcast über den Skandal um die gefälschten Hitler-Tagebücher beim Stern. Der freie Journalist hatte das Projekt als Stern-Redakteur begonnen und es nach dem Ende seiner festen Anstellung zu Ende geführt.

Auch Herwig spricht davon, viel Zeit in das Projekt gesteckt zu haben, hauptsächlich für Recherche und Fact-Checking, denn einen „Laberpodcast“ wollte er nicht. Aber wofür der ganze Aufwand, wenn Aufwand und Ertrag nicht im Verhältnis stehen? Banse erklärt: „Ich kann Themen und Formate ausprobieren, ohne jemanden fragen zu müssen.“ Er habe viel Raum für Experimente und komplexe Zusammenhänge, denn anders als beim Radio seien die Themen nicht auf 1:30 Minuten beschränkt. Für

Jil Hesse (NDR) und Marcus Engert (BuzzFeed News) luden am Vorabend der Konferenz zur Podcast-Party.



Banse ein Traum: „Ich kann meine Liebe zum Podcast verbinden mit journalistischer Arbeit.“

Junge Hörer

Herwig berichtet, dass es für den Stern vor allem darum ging, ein jüngeres Publikum anzusprechen und als Magazin-Leser für den Stern zu gewinnen. Tatsächlich sind Podcast-Hörer laut Sandra Müller hauptsächlich jung, gebildet und politisch interessiert, geben darüber hinaus oft konstruktives Feedback zum Gehörten. Die freischaffende Hörfunkerin und Mitbegründerin von Fair Radio, einer Initiative, die sich für glaubwürdigen Radiojournalismus einsetzt, glaubt jedoch, dass sich die Hörerschaft des relativ jungen Mediums in den kommenden Jahren noch verändern wird. Der Stern-Podcast „Faking Hitler“ von Malte Herwig besticht durch eine besondere Authentizität, die u. a. durch Originaltonaufnahmen von früheren Gesprächen entsteht. Müller hofft, dass sich durch Podcasts eine neue Form von Audiojournalismus entwickeln kann, die das Publikum zum Hören zurückbringt und professionellen Journalisten ermöglicht, mit hochwertigem Audiojournalismus Geld zu verdienen.

Louise Bot

ANZEIGE

**DREHSCHEIBE
BRINGT
LICHT
INS DUNKEL**



Grow-Pitch

Fünf Projekte traten am Freitag im Wettbewerb um die Grow-Stipendien für Gründerinnen und Gründer im Nonprofitjournalismus an: Das Recherche-Tool Follow the Grant, das Online-Magazin dis:orient, der Plastisphere-Podcast, Nalans Late Night Show und das Netzwerk für Berufseinsteiger nextmediamakers. Die Gewinner werden am Samstag im Anschluss an die Verleihung der verschlossenen Auster (K1 - 15:15 Uhr) bekannt gegeben.



GROW-STIPENDIEN

Wir wollen „Geburtshelfer“ für neue journalistische Angebote sein, um die Vielfalt und Innovationskraft des Journalismus zu stärken. Aus diesem Grund vergibt Netzwerk Recherche gemeinsam mit der Schöpflin Stiftung Gründungsstipendien für Projekte im gemeinnützigen Journalismus. Neben einer Anschubfinanzierung in Höhe von jeweils 3.000 Euro versorgen wir die Gewinner mit dem nötigen Know-how, damit das journalistische Start-up ein Erfolg werden kann. Außerdem vernetzen wir die Stipendiaten mit der lebendigen Szene des Nonprofitjournalismus und vermitteln hilfreiche Kontakte.

Mehr Infos im Netz unter nonprofitjournalismus.de

Journalismus ist sein Geld wert

Wenn Journalisten nicht von ihrem Einkommen leben können, hat das gravierende Folgen – für sie selbst, aber auch für die Medienqualität.

Hauptberufliche Journalisten in Deutschland verdienen im Durchschnitt rund 2900 Euro netto im Monat, wie die Daten der „Worlds of Journalism Study“ (2014-2015) für Deutschland zeigen. Knapp jeder Vierte verfügt über ein Nettoeinkommen zwischen 1800 und 2400 Euro im Monat. Bei freien Journalisten ist es oft noch weniger. Fast 28 Prozent von ihnen verdienen weniger als 1800 Euro netto monatlich. Bei den festangestellten Kollegen sind es 15 Prozent.

Zunehmende Prekarisierung?

„Geringe Honorare sind unangemessen und für den Einzelnen richtig ätzend“, sagt Thomas Schnedler, der im Rahmen seiner Dissertation an der Universität Hamburg zur Prekarisierung im Journalismus mit 30 festangestellten, fest-freien und freien Journalisten gesprochen hat. „Aber ernst wird es, wenn es nicht reicht, um die Existenz zu sichern.“ Wann genau Arbeitsbedingungen prekär sind, das Einkommen also nicht zum Leben reicht, lässt sich nicht so

leicht sagen. Neben einem geringen Einkommen äußere sich Prekarität auch in einer lückenhaften rechtlichen Absicherung oder unzureichender Integration in soziale Netzwerke der Arbeitswelt. Schnedler fand außerdem heraus, dass journalistische Arbeit unter schlechter Bezahlung und hohem Arbeitstempo aus Sicht der Betroffenen an Sinn verlieren kann. Aussagen über das Ausmaß der Prekarisierung sind aufgrund fehlender statistischer Daten nur schwer möglich. Schnedler wünscht sich mehr Offenheit, Transparenz und Solidarität unter den Kollegen.

„Denn nur wenn es thematisiert und diskutiert wird, kann man auch entscheiden, was die angemessenen politischen Lösungen dafür sind.“ Dazu beitragen könnte die im vergangenen Jahr vom Verband Freischreiber gestartete Plattform wasjournalistenverdiene.de, auf der Journalisten ihre Erfahrungen mit Honoraren einzelner Medienhäuser teilen können.

Journalismus im Teufelskreis?

Letztlich spiegele sich in den prekären Beschäftigungsformen die Krise der Medienbranche wider, sagt Schnedler, der auch bei Netzwerk Recherche engagiert ist. Die Ursachen seien unter anderem in der Digitalisierung, der Erosion journalistischer Geschäftsmodelle und dem damit verbundenen Spardruck der Medienunternehmen zu suchen. „Prekäre Arbeitsbedingungen beeinflussen sowohl den Zugang in den Journalismus als auch diejenigen, die bereits seit längerer Zeit im Journalismus tätig sind“, sagt Schnedler. Und so stellen sie auch eine potenzielle Gefahr für die journalistische Qualität dar. Gerade die sei aber entscheidend, wenn es um die Zahlungsbereitschaft des anspruchsvollen Publikums geht, meint Sascha Hölig, Medienforscher am Hans-Bredow-Institut. Er ist überzeugt: Wenn sich der Journalismus auf seine traditionellen Tugenden zurückbesinne, sei das Publikum auch bereit, dafür zu bezahlen. Noch ist die Zahlungsbereitschaft für Online-Nachrichten laut „Reuters Institute Digital News Report 2019“ in Deutschland allerdings sehr niedrig. Den Honoraren der Journalisten täte ein zahlungswilliges Publikum allemal gut.



Die Freischreiber haben Daten ihrer Honorar-Plattform ausgewertet. Eine Erkenntnis: mehr Berufserfahrung = mehr Geld.

Julia Behre

Fotos: Raphael Hünerfauth



Daten von Bürokraten

Die Bedeutung von Datenjournalismus nimmt weiter zu. Dank neuer Tools sollen bald auch Kollegen ohne einschlägige Vorerfahrungen umfangreiche Datensätze durchwühlen können.

„Wir leben in einer datafizierten Welt“, erklärt Felix Irmer, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig, wo er zu Prozessen und Strukturen des Datenjournalismus forscht. „Heutzutage müssen Journalisten über eine gewisse Datenkompetenz verfügen, um relevante und interessante Geschichten zu erzählen“, erklärt Irmer. „Wenn Journalisten nicht die Fähigkeit besitzen, Daten kritisch zu hinterfragen, dann überlässt man die Steuerung von Themen schnell denen, die diese Methoden beherrschen, und das können auch PR-Abteilungen sein.“

Eine verschworene Gemeinschaft

Seinen Ursprung hat der Datenjournalismus in den USA. Aber auch in Deutschland gebe es „eine aktive Szene von Datenjournalisten, sowohl in großen Medienhäusern als auch bei kleineren Zeitungen“, sagt Irmer. Dabei mache es keinen Unterschied, ob es sich um private oder öffentlich-rechtliche Medienunternehmen handele. Strukturell seien größere Medienhäuser aber im Vorteil: Sie hätten oft ein festes Team von Datenjournalisten, die als eigenes Ressort agierten. In seiner Forschung fand Irmer heraus, dass sich Datenjournalisten stark von anderen Journalisten unterscheiden. „Datenjournalisten sind oftmals jünger als ihre Kollegen, besser ausgebildet und haben eine sehr starke Gruppenidentität über Redaktionsgrenzen hinweg.“ Es handele sich um eine kollaborative Community, in der man miteinander und voneinander lerne. „Es gibt weniger Konkurrenzkampf“, stellte der Leipziger Forscher fest.

Für jedes Thema geeignet

Daten würden in allen gesellschaftlichen Bereichen anfallen und entspre-

chend erhoben, sagt Irmer. Deshalb sei Datenjournalismus prinzipiell für jedes Thema geeignet. Tatsächlich gebe es in der Praxis aber eine thematische Häufung in den Bereichen Politik, Soziales und Wirtschaft.

Auch wenn der Umgang mit Daten eine wichtige journalistische Fähigkeit geworden sei, müsse nicht jeder Journalist selbst programmieren, sagt Irmer. Eine gewisse Datenkompetenz biete aber die Chance, nicht mehr basierend auf Einzelfällen zu berichten, sondern fundierte und überprüfbare Schlüsse auf der Basis von quantitativen Daten zu ziehen.

Bleibt das Problem, das „rohe“ Datensätze für Journalisten schwer zu durchdringen sind. Wie also können Journalisten effizient Daten beschaffen? Gerade das Erheben von Daten sei sehr aufwändig, sagt Irmer (siehe Sensorjournalismus, S. 3). Eine Alternative sei, mit bereits vorhandenen Daten zu arbeiten. Die Statistik-Ämter in Deutschland veröffentlichen zum Beispiel regelmäßig deskriptive Daten, die Journalisten auswerten können.

Datenjournalismus für alle?

Dabei helfen könnten zum Beispiel Tools wie die webbasierte Anwendung „datengui.de“. Datenguide will die großen Datenmengen, die die Ämter in Deutschland veröffentlichen, für alle verständlich aufbereiten. Denn noch können die wenigsten Journalisten mit den amtlichen Statistiken etwas anfangen. Die entsprechenden Behörden-Webseiten seien eben „von Bürokraten für Bürokraten gemacht“, kritisiert Datenguide-Gründer Simon Jockers, der zuvor für Correctiv arbeitete. Nicht-Datenjournalisten seien oft überfordert von den Portalen. Dabei seien genau diese Statistiken wichtige Werkzeuge für sie. Datenguide entwickelt deshalb eine Webseite, die alle

Daten klar und einfach darstellt, vergleichbar macht und erklärt.

Noch ist das Open-Source-Projekt in der Entwicklung, der Prototyp soll im September 2019 auf den Markt kommen. Jockers erklärt: „Die Idee ist, dass Journalisten über unsere Plattform auf alle Daten, die von den statistischen

Medienpartnern zwei Fallstudien veröffentlichten, deren Datenrecherche auf amtlichen Statistiken basiert. Außerdem erstellt das Team gerade einen How-To-Guide, der Interessenten anschaulich erklärt, wie man die Daten nutzen kann.

Kommunikationswissenschaftler Irmer glaubt, dass datenbasierter Journalismus in den Redaktionen immer mehr zunehmen wird. „Es gab in den letzten Jahren eine regelrechte Euphoriewelle, was den Datenjournalismus angeht“, sagt er. Mittlerweile habe der Datenjournalismus in der Breite der Medienbranche Einzug erhalten. Aktuelle



Im Panel „Der Daten-Bias“ diskutierte Datenjournalistin Martina Schories (Süddeutsche Zeitung) mit anderen die Frage: Brauchen wir mehr Diversität im Datenjournalismus?

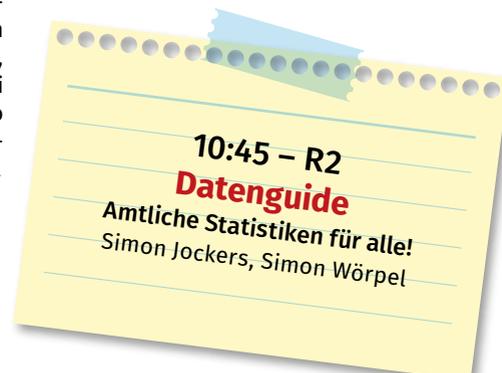
Ämtern über ihre Region zur Verfügung gestellt werden, zugreifen können.“ Netzwerk Recherche (NR) hat diese Idee von Anfang an unterstützt: 2018 erhielt der Datenguide das Grow-Stipendium von NR und der Schöpflin Stiftung. Aktuell wird das Projekt außerdem vom Medieninnovationszentrum Babelsberg unterstützt.

Zahlen, wie viele Datenjournalisten in Deutschland arbeiten, gibt es jedoch nicht. Vor sechs Jahren hat es laut einer Studie von Stefan Weinacht und Ralf Spiller etwa 30 Datenjournalisten in Deutschland gegeben. Diese Zahl dürfte inzwischen jedoch veraltet sein. Irmer ist sich sicher: „Datenjournalismus ist bereits heute routinierte Praxis.“

Regelrechte Euphoriewelle

Der Datensatz vom Datenguide schließt laut Jockers mehr als 400 Regionalstatistiken ein. Dabei handele es sich zum Beispiel um Daten zu Tierhaltung, Einbürgerung oder Recycling. Alles sei deskriptive Statistik, es könnten also keine Analysen oder Prognosen getroffen werden. „Journalisten können mit Hilfe vom Datenguide Fakten sammeln zu Fragen wie ‚Wie viele Rinder gibt es in dieser Stadt?‘ und ‚Wie groß ist die Abfallmenge, die 2018 recycelt wurde?‘“, so der Datenjournalist. Noch in diesem Jahr wollen die Macher von Datenguide gemeinsam mit

Clara-Franziska Kopiez



IMPRESSUM

nestbeschmutzer.
Zeitung zur Jahreskonferenz 2019
von Netzwerk Recherche

Eine Produktion der Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Hamburg für Netzwerk Recherche in Kooperation mit Message, der Internationalen Zeitschrift für Journalismus. Berlin/Hamburg Juni 2019

Herausgegeben von Netzwerk Recherche e.V.
Greifswalder Str. 4, 10439 Berlin
www.netzwerkrecherche.org
Julia Stein (V.i.S.d.P.)

Projektleitung:
Prof. Dr. Volker Lilienthal,
Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur für
Praxis des Qualitätsjournalismus

Redaktionsleitung: Malte Werner

Redaktion: David Baldauf, Julia Behre, Louise Bot, Samira Debbeler, Leon Tom Gerntke, Wiebke Knoche, Clara-Franziska Kopiez, Jana Krest, Paula Lauterbach, Paulina Marciniak, Prisca Matko, Pascal Pfaff, Julian Schröder, Leonie Wunderlich

Fact-Checking-Unit: Jan Ludwig

Konferenz-Fotos: Raphael Hünerfauth,
Nick Jaussi, Wulf Rohwedder

Layout: Ute Lederer

Druck: Elbdrucker GbR,
Offakamp 7-9, 22529 Hamburg

Auflage: 1.000

Konferenz-Illustration: Vincent Burmeister

Grafik Vogel: Sergey Yakovlev/fotolia.com
Post-its: freepik.com



„Bei Gegenwind nicht umpusten lassen“

Benjamin Piel, Chefredakteur des Mindener Tageblattes, über investigative Recherchen im Lokalen, neue Chancen durch Kooperationen und die Herausforderungen, Datenjournalisten nach Ostwestfalen zu locken

Investigativer Journalismus – spielt der im deutschen Lokaljournalismus überhaupt eine Rolle?

Piel: Ein Pauschalurteil abzugeben wäre vermessen. Es gibt Lokalmedien, die sich darum bemühen und solche, für die das keine Rolle spielt. Klar dürfte sein: Bei vielen Lokalmedien hat Investigation eine zu geringe Bedeutung.

Wo fängt Investigation im Lokalen an?
Ich würde da nicht zu hoch ansetzen wollen. Wenn Lokaljournalisten Informationen verarbeiten, die nicht auf der Straße liegen, die Informanten ihnen zugesteckt und die sie mit einer weiteren Quelle gegengecheckt haben und von denen das Rathaus oder andere Institutionen nicht wollen, dass sie veröffentlicht werden, dann würde ich das für Lokalmedien durchaus schon als investigativ bezeichnen. Aber selbst das geschieht viel zu selten.

Warum?

Jahrzehntlang brauchte es in den meisten Lokalmedien keine Investigation – es lief auch so wirtschaftlich extrem profitabel. Es reichte, mehr oder weniger das abzubilden, was so passierte in einer Region. Früher hatten wir das Veröffentlichungsmonopol, das eine Art Konkurrenzlosigkeit garantierte. Der Inhalt spielte eine untergeordnete Rolle. Das hat sich komplett verändert.

Inwiefern?

Das Straßenfest oder der neue Vereinsvorsitzende – das machen die Be-

treffenden inzwischen selbst auf ihren Online-Kanälen. Uns wird es in Zukunft nur noch brauchen, wenn wir etwas anbieten, das nur wir können – Journalismus mit möglichst starken investigativen Anteilen, der etwas zeigt, das sonst niemand zeigen würde.

Wie schaffen Sie es, Ihren Redakteuren den nötigen Freiraum für aufwändige Recherchen zu verschaffen?

Das ist nicht nur bei uns, sondern im Allgemeinen eine große Herausforderung. Wir müssen erkennen, dass wir nicht weitermachen können wie bisher. Wir haben täglich zu viele Seiten zu füllen, um Themen zu bearbeiten, die Zeit brauchen. Wir müssen deshalb unsere Quantität verringern, um die Anzahl an Inhalten, die wir exklusiv haben, zu erhöhen.

Klingt vernünftig...

... ist aber ein schwieriges Unterfangen. Denn alte Zöpfe abzuschneiden, tut weh. Weniger Seiten, weniger Pflichttermine, weniger Kulturberichterstattung usw. – das ist der Weg (Gegenwind inklusive). Wir haben schon heute eine Struktur, in der zumindest ein Kollege am Tag den Rücken frei hat, um an einer Geschichte zu arbeiten, ohne irgendetwas anderes tun zu müssen. Aber das ist noch viel zu wenig.

Im lokalen Nahraum kennt man sich: Ist das eine Chance oder eher eine Herausforderung für schwierige Recherchen?

Beides. Es kommt immer darauf an, den Rücken gerade zu machen. Wer sich

Benjamin Piel hat Lokaljournalismus von der Pike auf gelernt: Der einstige Volontär der Schweriner Volkszeitung und Redaktionsleiter der Elbe-Jeetzel-Zeitung in Lüchow/Wendland ist seit 2018 Chefredakteur des Mindener Tageblattes.



mutig und ehrlich durch die Region arbeitet, niemanden schont, niemanden bevorzugt, aber auch niemanden genussvoll in den Dreck tritt, der wird – manchmal vielleicht zähneknirschend – in seiner Rolle akzeptiert. Meine Erfahrung ist: Es kommt schnell Gegenwind im Lokalen, aber wer sich nicht umpusten lässt, der kann dauerhaft kritisch und nach journalistischen Kriterien arbeiten. Wichtig ist mir, dass Chefredaktionen und Redaktionsleitungen zu ihren Leuten stehen, wenn Angriffe kommen, und nicht sagen: „Mensch, jetzt hast du uns wieder einen Ärger mit Anzeigenkunde XY und Bürgermeister Z gemacht.“ Wo das passiert, ist sofort alles vorbei.

Das „Mindener Tageblatt“ ist bei #Wemgehört... dabei, kooperiert also mit Correctiv. Ist journalistische Zusammenarbeit mit anderen Medien ein Zukunftsmodell?

Eindeutig ja. Mehr noch: Es könnte ein Weg sein, der in der Zukunft noch viel wichtiger wird als heute. Viele Probleme und Herausforderungen gibt es in beinahe allen Regionen. Wenn sich Medien gegenseitig bei Recherchen unterstützen, sich mit Informationen unter die Arme greifen, sich gegenseitig Tipps geben und Themenideen sprudeln lassen, dann steckt da viel Potenzial drin.

Was bringt ihnen die Zusammenarbeit mit Correctiv konkret?

Es ist nicht so, dass Correctiv uns unendlich viel Arbeit abnehmen würde, aber alleine die Anstöße, die uns das Projekt gegeben hat, waren Gold wert.

Zum Beispiel?

Wir sind beim Thema Wohnungs- und Immobilienmarkt auf Themen gestoßen, auf die wir ohne das Projekt vermutlich nie gekommen wären. Wir hätten nicht gedacht, dass ausländische Investmentfonds so eine große Rolle auf dem Mindener Markt spielen. Auch hätten wir von vielen Fällen, in denen Mieter Probleme mit ihren Vermietern haben, nie erfahren.

#WemgehörtMinden steht auch für Datenjournalismus. Hat Ihre Zeitung in dieser Disziplin schon viel Erfahrung?

Absolut nicht. Unser Potenzial bei diesem Thema ist gewissermaßen uneingeschränkt groß. Ein Problem, das ich in diesem Zusammenhang sehe: Woher soll das hochspezialisierte Personal in diesem Bereich kommen? Ist so jemand überhaupt bereit, in eine Stadt wie Minden zu kommen?

Wird ein kritischer Lokaljournalismus von den Leserinnen und Lesern überhaupt honoriert?

Mit absoluter Sicherheit ja. Die Leser und Nutzer honorieren kritischen und investigativen Journalismus sehr, sie fordern ihn auch ein, wenn er nicht stattfindet. Die Leute nennen das meistens nicht „investigativ“, sondern „anders“, „besser“, „mutiger“, „wahrer“. Wer sich bemüht, Dinge herauszufinden, zu beschreiben und kritisch zu kommentieren, der bekommt zwar einerseits reichlich Kritik von jenen, die nicht aufzufliegen wünschten, aber auch viel Unterstützung von den Menschen, die eigentlich unser Zielpublikum sind: ganz normalen Bürgern.

Das Interview führte Paulina Marciniak

NEUE CHANCEN FÜR INVESTIGATIVE RECHERCHEN IM LOKALEN

Investigativer Journalismus im Lokalen ist keine Selbstverständlichkeit. Die Chefredaktion muss ihn aktiv unterstützen – wie bei den preisgekrönten Lokaljournalisten Christiane Mühlbauer vom Tölzer Kurier und Daniel Gräber von der Frankfurter Neuen Presse.

„Die Freistellung für eine intensive Recherche wäre ein Traum, aber das ist bei uns personell und zeitlich gar nicht möglich“, erklärt Mühlbauer. Stadtreporter Gräber sieht darin aber auch Vorteile: „Man hat zwar nicht die Kapazitäten, wie bei einem großen Medium wochenlang zu recherchieren, aber die Hürde, eine Geschichte zu veröffentlichen, ist viel niedriger.“ Im Lokalen würden Geschichten als Aufmacher laufen, die auf nationaler Ebene keinen Raum fänden. Allerdings sei es immer schwerer, Zeit für die Recherche im Tagesgeschäft zu finden. Investigative Geschichten liefen meist „nebenbei“.

Sich bei den knappen Ressourcen an neue journalistische Formate wie den Datenjournalismus heranzuwagen –

für viele Lokalredaktionen unmöglich (s. Interview). Annika Sehl, Professorin für Digitalen Journalismus an der Universität der Bundeswehr München, findet das schade, denn „Datenjournalismus, der ja mit investigativem Journalismus oft Hand in Hand geht, hat im Lokalen großes Potenzial“.

Sie verweist auf ein Kooperationsprojekt der britischen BBC. In der „Shared Data Unit“ teilt die Rundfunkanstalt öffentliche Daten mit anderen Medien, darunter hyperlokale und lokale Zeitungen sowie Fernsehsender, und bietet Schulungen zum Umgang mit den 36.000 Datensätzen von Ministerien, Behörden, öffentlichen Einrichtungen und Unternehmen an. Eine weitere Initiative der BBC zur Stärkung der Lokalmedien ist der „Local Democracy Reporting Service“. Die Besonderheit hier ist, dass die Lokaljournalisten von der BBC bezahlt werden, obwohl sie bei ihren Lokalmedien angestellt sind.

Ein Modell auch für den deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunk?

von 10:45 bis 18:15 – K6
Lokaljournalismus
diverse Veranstaltungen u. a. mit
Benjamin Piel, Marc Widmann,
Sabine Schicketanz, Andreas Wolfers,
Anna Behrend und Stefanie Zenke



NEW STORYTELLING IN DER SPEICHERSTADT 25. September in Hamburg



ANMELDUNG UNTER:
www.scoopcamp.de

KEYNOTE SPEAKER:

Alan Rusbridger

Lady Margaret Hall
der University of Oxford

Shazna Nessa

Wall Street Journal

Jeremy Caplan

Tow-Knight Center for
Entrepreneurial Journalism

Weitere Namen werden
in Kürze bekannt gegeben



EIN EVENT VON:

next
MEDIA.HAMBURG

dpa ● ● ●



Fotos:
Raphael Hünerfauth,
Nick Jaussi,
Wulf Rohwedder