

NR-Jahreskonferenz am Samstag, 17. Juni 2023

NETZWERK
RECHERCHE



Nestbeschmutzer

Manuel Stark erklärt, warum die Reportage *Luxus ist und das Nichtsagen manchmal wichtiger sein kann als das Sagen*. **Seite 2**

Ingo Dachwitz über Journalismus und PR, Honorare von der Regierung und das, was in der Debatte darüber zu kurz kam. **Seite 6**

Sissi Pitzer, Grande Dame des Medienjournalismus, widerspricht Unkenrufen und fordert mehr Selbstbeobachtung der Medien. **Seite 20**

Liebe Leser*innen:

Große Recherchen zu Machtmissbrauch in den Medien, in der Filmbranche, in Sterneküchen oder diversen Guru-Sekten.

Enthüllungen zu Reichsbürger*innen, zur Lage der Bundeswehr, zu Kriegsverbrechen in der Ukraine und zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Neue investigative Formate und größere Teams in privaten Medien, bei ARD und ZDF, in Produktionsfirmen und im Lokalen.

Immer neue Kooperationen: international, national und lokal.

Viele Medien erkennen den Wert der Recherche – und dass sie im Kampf um Aufmerksamkeit nur bestehen können, wenn sie exklusive, gut erzählte Geschichten anbieten können.

Die Investigation boomt.

Was fehlt? Ganz sicher fehlen Recherchen zur größten Bedrohung für Mensch und Natur, zur Klimakrise und zu Umweltverbrechen. Auch hier investieren immer mehr Medien in eigene Formate und gelegentliche Leuchtturm-Recherchen. Aber angesichts der Relevanz, die diese Bedrohung für uns alle bis an unser Lebensende haben wird, ist das noch nicht ansatzweise ausreichend.

Was wir zuletzt auch immer häufiger erleben: Debatten um die Grundwerte und ethischen Grenzen von Journalismus und Recherche. Um den Quellenschutz. Und um Interessenkonflikte. Auch darüber wollen wir gemeinsam mit Euch diskutieren.

Schön, dass Ihr in diesem Jahr dabei seid!

Euer Daniel Drepper
im Namen des NR-Vorstands



Annkathrin Weis
Seite 9

Armin Wolf
Seite 22

Christopher Buschow
Seite 10

Weitere Gespräche über Zustand und Zukunft des Journalismus mit: Mohamed Amjahid, Leealaura Leskelä, Laura Moore, Neil Thurman, Penelope Abernathy, Frederik von Castell, Marcela Turati, Verena Carl, Insa van den Berg

Eine NR-Publikation von Master-Studierenden
der Journalistik und Kommunikationswissenschaft
an der Universität Hamburg

#NR23

»Wenn der Leser der Held seiner Erkenntnisreise wird, ist die Geschichte gelungen.«

Manuel Stark ist Mitbegründer von Hermes Baby, einer Agentur für Erzähljournalismus, und dem Ressort Green bei der Zeit. Seine Reportagen verbinden empathisches Erzählen mit komplexen wissenschaftlichen Fakten. Ein Gespräch über die Widerborstigkeit der Wirklichkeit und wie man sie lesenswert zu Papier bringt.

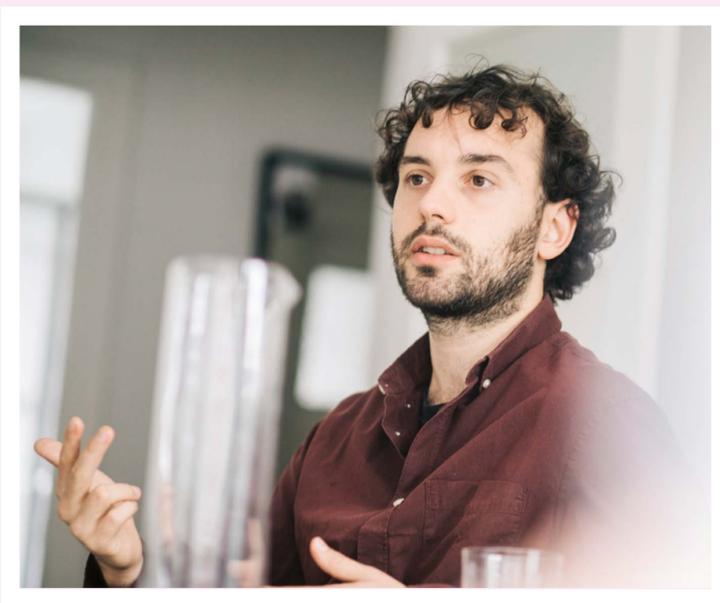


Foto: Rafael Heygster

Manuel, ein Grundsatz von Hermes Baby lautet: »Wir orientieren uns an Menschen und nicht an Themen.« Wie verwandelt sich eine spannende Themenidee zu einer Geschichte über einen Menschen?

Ich habe zwei Prozesse, der eine ist die viel schönere Form. Wenn ich unterwegs merke, dass die Person, mit der ich im Biergarten sitze, etwas Besonderes macht – das ist toll. Der Mensch ist mir dann vor dem Thema begegnet. Aber das ist, wenn man mit diesem Beruf seine Miete bezahlen will, eher die Ausnahme und nicht verlässlich.

Verlässlich sind zum Beispiel Google Alerts für Themen, die mir etwas bedeuten – Biodiversität, Nachhaltigkeit, Mensch-Umwelt-Beziehungen. Das hilft mir, auf Ideen zu kommen, die ich spannend finde. Auf der Basis solcher Meldungen beginnt dann die Recherche, und die Geschichte entsteht auf dem Weg dahin.

Welche Kriterien müssen gegeben sein, damit du dich für eine Reportage entscheidest?

Erzählungen sind dann das richtige Format, wenn eine gewisse Dynamik in der Luft liegt. Eine Reportage erkundet, stellt Fragen und findet bis zum Schluss keine eindeutige Antwort. Denn dafür ist sie nicht die richtige Form.

Nicht jede Recherche braucht eine Erzählung. Ganz im Gegenteil: Ich fände das total schlimm, wenn wir nur noch Erzählungen hätten. Da werde ich als Gründer einer Erzählagentur in der Branche oft falsch verstanden. Erzählungen sind die Kirsche auf der Torte – echt weit weg vom Schwarzbrot, der Grundlage des Journalismus. Mir ist bewusst, dass mein Journalismus das Erste ist, was Verlage wegekürzen werden, wenn sie Geldprobleme bekommen. Ich liefere den Luxus.

Hast du ein Beispiel für diese Dynamik, die in der Luft liegt?

Ein gutes Beispiel ist, als ich über einen Bauer geschrieben habe, der in Lützerath seinen Hof nicht an RWE abgeben wollte. Eine andere Zeitung hatte vor mir darüber berichtet. Dort war eine starre redaktionelle Mission in der Dramaturgie zu erkennen: Kleiner Bauer gegen großen Energiekonzern – David gegen Goliath. Ich dachte mir: Niemals ist das so einfach. Es war medienwirksam, die Geschichte so zu erzählen, aber entsprach nicht der Realität. Ich habe bei meiner Recherche versucht zu verstehen, wie es wirklich ist. Beim Erzählen muss man nicht alles so vereinfachen. Das ist Unsinn und kann einem nur unterlaufen, wenn man keine Ahnung von Erzähltechniken hat. Die Grautöne sind das Spannende.

Welche Relevanz hat das Ungesagte?

Das Nichtsagen ist wichtiger als das Sagen. Der Kuleshov-Effekt ist in dem Kontext interessant. Das ist ein Effekt, den bereits Hitchcock für seine Filme verwendete. Vereinfacht gesagt bedeutet es: Gib deinen Zuschauern, Lesern, Hörern immer nur den Rechenweg vor, niemals das Ergebnis. Wenn wir zwei Bilder nebeneinandersetzen und eine Wenn-dann-Beziehung zwischen ihnen suggerieren, dann denken wir uns automatisch eine Verbindung dazu. Wir deuten Eindrücke also niemals einzeln, sondern immer nur in Bezug auf ihren Kontext. Dieser Effekt ist zentral für das Erzählen: Das, was wir weglassen, ist eine Einladung mitzudenken. Überall, wo der Leser der Held seiner eigenen Erkenntnisreise wird, ist die Geschichte gelungen.

Das gibt dem Autor bzw. der Autorin aber auch eine große Macht, die Realität zu verfälschen.

Ja, der Autor kann sich immer auf die Fakten im Text berufen, aber hat zwischen den Zeilen vielleicht ein verzogenes Bild der Realität konstruiert, das bei den Lesern im Kopf bleibt. Und das passiert bei größeren Medien regelmäßig – absichtlich oder unabsichtlich. Ein großes Problem. Deswegen plädiere ich für die Kenntnis von verschiedenen Erzähltechniken. Gar nicht, weil ich will, dass jeder jetzt nur noch erzählt. Sondern weil ich denke, dass man mit diesem Wissen bessere analytische Texte schreibt.

Wie passt denn die Wahrheit mit gutem Erzählen zusammen?

Gutes Erzählen verwebt Information und Emotion. Nur diese Verknüpfung schafft ein Abbild der Wirklichkeit. Ich finde Texte unglaubwürdig,

die mir ein Einzelschicksal nahebringen, und dann behaupten, diese Geschichte stehe stellvertretend für eine Gruppe. Menschen passen nie in eine Statistik, aber der Journalismus tut gerne so. Und da fängt das Problem an: Die Figur ist auf einmal flach und schwarz-weiß. Statistik sorgt nicht für Identifikation, das schafft nur die Individualität.

Und zuletzt: Gute Geschichten brauchen Empathie – keine Sympathie. Ich kann am Ende der Recherche immer noch denken: Du bist ein Arschloch.

Ist es dir schon passiert, dass du zugunsten der Dramaturgie die Wahrheit verzerrt hast?

Bevor ich mich mit klassischen Erzähltechniken befasst habe, war ich manchmal verführt, zugunsten meiner These die Wahrheit zu strapazieren. Also zum Beispiel »sehr viele« zu schreiben, obwohl es nur 30 Prozent waren. Mir fehlte das Handwerk, mit dieser Widerborstigkeit der Wirklichkeit gut umzugehen. Als Reporter bin ich ein Regisseur im Schatten der Bühne. Man merkt dem Text direkt an, wenn der Autor die Bühne betritt und zum Redner wird. Das ist der Moment, wo ich als Autor versage. Das ist mir schon passiert und dafür schäme ich mich hart. Jetzt macht mir die Wirklichkeit keine Angst mehr, auch wenn alles ganz anders kommt, als ich durch die Dramaturgie geplant hatte. Mit den Erwartungen zu brechen macht die Geschichten oft erst so gut.

Was sind die Lektüren deines Werkzeugkoffers für gutes Erzählen?

Ich empfehle das Buch »Die 50 Werkzeuge für gutes Schreiben« von Roy Peter Clark. Der ist viel besser als Wolf Schneider, weniger arrogant und liefert mehr Inhalt. Was mich aber auch wahnsinnig fasziniert,

Gib deinen Zuschauern, Lesern, Hörern immer nur den Rechenweg vor, niemals das Ergebnis.

ist »The Seven Basic Plots« von Christopher Booker. Er ist Ethnologe und untersucht die sieben Handlungsmuster, die in der Weltgeschichte immer wieder vorkommen. Das ist kein Journalismus, aber das Buch hilft dabei, ein passendes Erzählmuster zu finden, an dem man sich grob orientieren kann.

Die Bücher sehen bestimmt schlau im Regal aus, aber benutzt du so was auch in der Praxis?

Ja, klar. Beispiel: Du schreibst über eine Virologin, die einen Corona-Impfstoff finden will. Sie steht den ganzen Tag nur am Mikroskop, es gibt kaum Szenen – was machst du? Man ist schnell am Ende. Es sei denn, man nimmt Bookers Monster-besiegen-Plot und setzt das Coronavirus an die Position des Monsters. Diese Erzählebene ist an sich noch zu platt, aber gefüllt mit Statistiken und Wissenschaft wird das eine spannende Mischung. Viele sagen: Erzählen und Zahlen vertragen sich nicht. Aber das ist Müll. Jeder liebt Zahlen, die Frage ist nur, mit welcher Bedeutung sie aufgeladen werden. Das ist das A und O von gelungenem Wissenschaftsjournalismus, der sich an die breite Bevölkerung richtet.

Haben aufwendig recherchierte und lange Erzählungen eine Zukunft im Journalismus?

Gelungener Journalismus muss verführen und darf nicht in diesem Gestus steckenbleiben, dass Menschen nach Informationen streben. Dieser Kampf um Aufmerksamkeit gelingt durch Verführung meiner Meinung nach besser als durch Mahnen. Erzählungen laden einen dazu ein, deswegen brauchen wir sie gerade jetzt mehr denn je.

Die Fragen stellte **Stella Lueneberg**.

»Männliche Kartoffelparade«

Der freie Autor und Investigativjournalist Mohamed Amjahid über verzerrte Vielfalt im Journalismus und Wege, echte Diversität in Redaktionen zu erreichen.



Herr Amjahid, wie divers ist der Journalismus in Deutschland wirklich?

Der Anteil von nicht-weißen Menschen oder Menschen mit sogenannter Migrationsgeschichte in den Redaktionen ist im Vergleich zur Gesamtgesellschaft viel geringer. Ganz simpel ausgedrückt: Repräsentation von Menschen mit Migrationshintergrund ist nicht gegeben.

Warum brauchen wir einen divers gestalteten Journalismus?

Eine homogen zusammengesetzte Redaktion hat weniger Möglichkeiten, Themen zu identifizieren. Sitzen da nur die berühmten alten weißen Männer, sehen die aufgrund ihrer Lebensrealität weniger gesellschaftspolitisch relevante Themen.

Ist es ein Fortschritt, dass sich der Journalismus vor der Kamera gerne vielfältig zeigt?

Was ich kritisiere, ist, dass sich Diversität auf Zahlen und die Außenwirkung fokussiert. Wenn man alt ist und einen linearen Fernseher hat (*lacht*), sieht man mittlerweile sehr viele nicht-weiße Moderator*innen. Aber hinter der Kamera, da wo die Entscheidungen getroffen werden, ist männliche Kartoffelparade. Vielfalt ist nicht gegeben.

Wozu führt diese symbolische, verzerrte Repräsentation, die als »Tokenism« bezeichnet wird?

Es ist in der Vergangenheit öfter passiert, dass eben jene nicht-weißen Redakteur*innen rassistische Texte schreiben. Aber es wird nicht hinterfragt, wie sie darauf gekommen sind. Hinter den Kulissen ist es oft so, dass irgendein Chefredakteur sagt: Lass das die nicht-weiße Person schreiben, dann sind wir auf der sicheren Seite. Das ist, kurz gesagt, schlechter Journalismus.

Stattdessen braucht es ...

... eine Öffnung des Journalismus für Themen, die bisher nicht gesehen wurden. Erleichtert wird die durch Repräsentation und durch Sensibilisierung in der Ausbildung. Es ist wichtig, die Diversity-Fassade runterzufahren und zu schauen, was dahinter passiert.

Wie kann eine Öffnung gelingen?

Die Arbeitsbedingungen sind ein großer Punkt. Also unterbezahlte Volontariate, Praktika oder kostspielige Journalismusschulen. Kommen junge Menschen hauptsächlich über die Kontakte ihrer reichen Eltern in Berührung mit der Medienbranche, führt das zu einer eher einseitigen, wenig perspektivreichen Gestaltung der Inhalte. Wenn das reiche Elternhaus nicht die Ausbildung finanziert, macht man sich dreimal Gedanken, ob man so einen Job überhaupt anfängt. Die Hürden sind zu hoch. Das muss sich ändern.

Kann man sich dagegen wehren, selbst zum Token zu werden?

Das kommt auf die Position an. Es ist ein Unterschied, ob man Volontär*in oder Ressortleiter*in ist. Ist man neu dabei, hat man weniger Möglichkeiten, sich dagegen zu wehren.

Mehr und mehr Redaktionen wollen sich diverser aufstellen. Das wird aber wohl noch lange dauern. Ist Tokenism bis dahin ein notwendiges Übel?

Nein. Es ist nur Übel. Diese Diversity-Fassade kaschiert die Strukturen im Journalismus. Ich wünsche mir, dass mehr auf journalistische Qualität und eine vielfältige journalistische Berichterstattung geachtet wird. Es ist zu kurz gedacht, so viele Menschen nicht mitzudenken. Das sind alles potenzielle Leser*innen oder Abonnent*innen. Dadurch wird nicht nur das Produkt besser, gleichzeitig verbessern sich die Arbeitsbedingungen für unterrepräsentierte Gruppen. Mehr Vielfalt in Themen und Beiträgen würde den Journalismus für viel mehr Menschen attraktiv machen.

Die Fragen stellte **Lea Sommer**.

Foto: Herby Sachs

Leichter gesagt als getan

Die finnische Wissenschaftlerin Leealaura Leskelä war lange Chefredakteurin von *Selkosomat*, einer Zeitung in leichter Sprache. Weshalb solche journalistischen Angebote wichtig, aber selten sind, erklärt die Expertin im Interview.



Sind skandinavische Länder bei dem Thema weiter als Deutschland?

Aufgrund der längeren Tradition haben wir ein breiteres Angebot in leichter Sprache. Meiner Meinung nach könnte die Medienlandschaft in leichtem Finnisch nach all den Jahren aber noch vielfältiger sein. Die Menschen hier sind an das Konzept gewöhnt. Hingegen gibt es in Deutschland viel mehr Forschung zu leichter Sprache, weil das Thema dort neuer ist. Außerdem ist es in Deutschland für Behörden mitunter verpflichtend, in leichter Sprache zu kommunizieren. Obwohl sich die Gesetzgebung nicht auf den Journalismus bezieht, macht sie das Konzept dennoch sichtbar.

In Deutschland produzieren hauptsächlich die öffentlichen Rundfunkanstalten Nachrichten in leichter Sprache. Ist das in Finnland anders?

In Finnland liegt diese Verantwortung eindeutig in öffentlicher Hand. Dass marktorientierte Verlage dasselbe tun, ist eine sehr neue Idee. Eine erfreuliche Ausnahme ist die kürzlich erschienene Lokalzeitung *Selkovaantaa*. Sie wurde jüngst vom Zentrum für leichtes Finnisch ausgezeichnet.

Während leichte Sprache der Barrierefreiheit dient und ein Zusatzangebot darstellt, will einfache Sprache durch einen einfachen Schreibstil direkt alle ansprechen. Welchen Weg würden Sie empfehlen?

Ich rate davon ab, den gesamten Journalismus in einfacher Sprache zu formulieren, denn wir brauchen auch Journalismus, der beispielsweise wissenschaftliche Themen abdeckt – und dafür ist ein komplexeres Vokabular unabdingbar. Wir dürfen auch nicht vergessen, dass es Personen gibt, für die selbst einfache Sprache zu schwierig wäre. Deshalb ist es wichtig, Nachrichten in leichter Sprache zu produzieren, um ihnen diesen Zugang zu gewähren.

Die Fragen stellte **Greta Gruber**.

TAGUNGSTIPP

Inklusiver Journalismus – Wie wir fehlende Perspektiven in die Medien bringen

12:15 – U9

Lisa Kreutzer, Nikolai Prodöhl, Clara Porak

Foto: privat

Inklusion

»Wir brauchen einen Branchendiskurs«

Warum Aufträge von Regierungen Gift für die journalistische Unabhängigkeit sind, weiß Ingo Dachwitz. Der Redakteur von netzpolitik.org zieht selbst klare Grenzen.

Herr Dachwitz, um die 200 Journalist*innen wurden von der Regierung für Moderationen und andere Leistungen mit teils opulenten Honoraren bezahlt. Warum ist das ein Problem?

Weil es zu Interessenkonflikten kommen kann. Wenn man als Journalist*in in der Auftragnehmerrolle auftritt und Honorare von einer Organisation erhält, über die man berichtet, ist das problematisch.

Befürchten Sie in der Folge eine unkritische Berichterstattung?

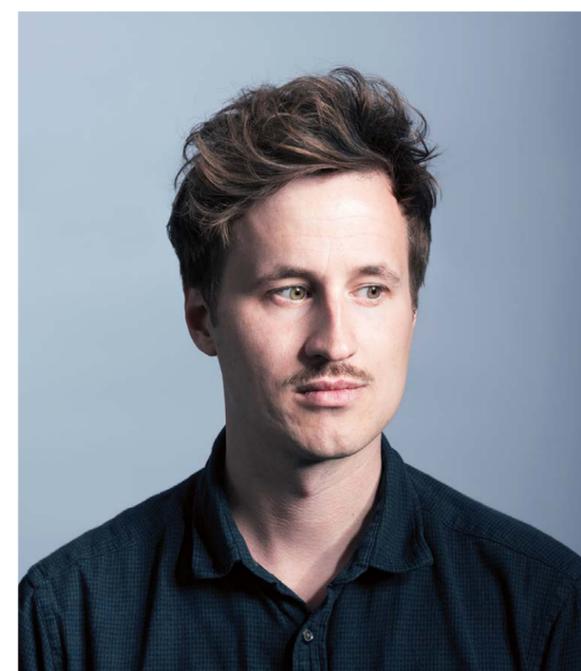
Das muss man differenziert betrachten und im Einzelfall prüfen. Nur weil ein*e Journalist*in einen Auftrag und Honorar von der Regierung erhält, verfolgt er/sie noch lange nicht die Regierungslinie. Kritisch hinschauen sollte man trotzdem, weil sich Rollen vermischen können. Wenn eine Journalistin öfter üppig dotierte Aufträge von Regierungsorganisationen bekommt, begibt sie sich damit eher in eine gefällige Moderationsrolle. Wenn man dann wie bei Anke Plättner als Journalistin die »phoenix-Runde« zum Thema Innere Sicherheit moderiert, kann das zu Interessenkonflikten führen. In letzterer Funktion ist vielmehr eine kritische, nachfragende Rolle gefragt, auch gegenüber dem BKA, die dann möglicherweise so nicht ausgeübt wird. Schon der Anschein von korrumpierender Nähe ist problematisch. Trotzdem würde ich nicht per se von regierungsnaher Berichterstattung sprechen. Ich habe auch mal einen Impulsvortrag auf einer Veranstaltung des Beauftragten für Religions- und Weltanschauungsfreiheit gehalten. Mein Honorar wurde vom Bundesentwicklungsministerium gezahlt – trotzdem waren sowohl der Impuls als auch meine aktuelle Berichterstattung regierungskritisch.

Man muss also differenzieren?

Auf jeden Fall! Genau das ist in der Debatte untergegangen. Wer beispielsweise Expertise in Form eines Impulses weitergibt, muss auf jeden Fall bezahlt werden. Moderation ist ein komplexerer Fall, denn auch da gibt es Konstellationen und Fälle, die meiner Ansicht nach in Ordnung sind. Viel wichtiger ist für mich der Umgang damit im Nachgang. Hier ist Transparenz wichtig. Andernfalls spielen Journalist*innen denjenigen in die Hände, die die Debatte für eine Diskreditierung des Journalismus an sich vereinnahmen wollen – also Rechtspopulist*innen, die AfD, Ex-BILD Chefredakteur Julian Reichelt und Co.

In dieser journalistischen Grauzone bewegen sich auffällig viele freie Journalist*innen. Ist diese Gruppe besonders anfällig?

Das denke ich schon, weil die Arbeitsbedingungen für freie Journalist*innen noch prekärer als für Festangestellte sind. Dass manche



zwischen Journalismus und PR oszillieren, ist kein neues Phänomen. Die prekäre Finanzlage im Journalismus macht besonders freie Journalist*innen anfällig für derartige Grenzverletzungen und Versuche der Einflussnahme.

Kann man bei Freien deshalb eine Ausnahme machen?

Nein, nicht pauschal. Ich habe Verständnis für alle Kolleg*innen, die sich finanziell über Wasser halten müssen. Das rechtfertigt aber nicht bestimmte Grenzüberschreitungen. Wie gesagt: Das Mindeste in solchen Fällen wäre, offen mit den Aufträgen umzugehen. Und im Zweifelsfall muss man eben auch mal »Nein« sagen.

Laut Bundesregierung ging besonders viel Geld, nämlich fast 900.000 Euro, an Mitarbeitende öffentlich-rechtlicher Sender. Nährt das Zweifel an der Staatsferne des Rundfunks?

Diese Genauigkeit der Liste der Bundesregierung ist mit Vorsicht zu genießen. Einige der aufgelisteten Journalist*innen scheinen nicht fest, sondern in freier Tätigkeit für die öffentlich-rechtlichen Sender

Foto: Darja Preuss

zu arbeiten. Ich selbst bin dort zum Beispiel als Moderator aufgelistet, obwohl ich eigentlich nur den besagten Impuls auf einer Diskussionsveranstaltung gegeben habe. Darüber hinaus bin ich nicht der Meinung, dass die Glaubwürdigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Vergleich zu den Privaten besonders leidet.

Glauben Sie, hinter den Regierungsaufträgen für Journalist*innen steckt Kalkül?

Möglicherweise bin ich ein bisschen naiv, aber ich gehe nicht davon aus, dass von Ministerialbeamt*innen eine direkte Einflussnahme forciert wird, indem Journalist*innen »gekauft« werden. Es geht eher darum, Personen mit einer Fachexpertise oder einem Renommee für sich zu gewinnen. Im Zweifelsfall sind das die thematisch passenden Fachjournalist*innen – das ist ein inhärenter Konflikt. Mir ist jedoch kein Fall bekannt, in dem es Versuche gegeben hat, mit Moderationsaufträgen direkt Einfluss auf die Berichterstattung zu nehmen. Das wäre selbstverständlich ein absoluter Skandal. Eine Beeinflussung läuft dann wahrscheinlich doch ein bisschen subtiler ab: Man kennt sich, schätzt sich und möchte lukrative Auftraggeber*innen nicht verstimmen.

Liegt die Verantwortung für die Selbstkontrolle allein bei den Journalist*innen?

Wir sollten auch Redaktionen und Auftraggeber*innen nicht außer Acht lassen. Stichwort: Transparenz. So kann ein*e Auftraggeber*in kenntlich machen, wer für eine Veranstaltung als Moderation oder Impulsgeber*in beauftragt wurde und wie hoch das Honorar ausfällt. Auch die Redaktionen müssen einen Umgang damit finden. Mit einem Kollegen habe ich 2020 eine Studie über Journalist*innen und Medien veröffentlicht, die Geld von Google bekommen haben. Auch da mussten wir feststellen: Es gibt viel zu wenig Debatten über diese subtilen Formen der Beeinflussung. Wir brauchen einen Branchendiskurs über Schutzmechanismen, zum Beispiel in Form von Redaktionsstatuten oder Transparenzvorgaben.

Moderation, Medientraining, Vortrag, Panelteilnahme – viele zerbrechen sich gerade den Kopf, was ist verboten – und was gerade noch erlaubt? Haben Sie für sich persönlich Leitplanken?

Ein Impulsvortrag oder eine Panel-Teilnahme ist für mich unkritischer als eine Moderation. Und im Falle einer Moderation sollte ich vielleicht auch darauf achten, wie eng ich mich mit Auftraggebenden abstimme und ob diese beispielsweise Teil eines Panels sind. Wenn derjenige, der mich bezahlt, an einer von mir moderierten Diskussion teilnimmt, ist da eine Schiefelage drin. Ich würde es dennoch nicht nur vom Format abhängig machen, sondern mich fragen: Ist die Auftraggeberin eine Organisation, über die ich viel berichte? Spielt sie eine wichtige Rolle in einem Themenbereich, mit dem ich mich in meiner Funktion als Journalist*in häufig befasse? Dann sollte man genau hingucken.

Die Fragen stellte Katharina Sophie Bellstedt.

TAGUNGSTIPP

»Ich verdien' mir was dazu...« – Welche Interessenkonflikte sollten Journalist*innen vermeiden?

14:15 – K1

Annelie Naumann, Volker Lilienthal, Sigrid März, Daniel Bröckerhoff, Ingo Dachwitz

ANZEIGE

LOKALES. NÄHER DRAN GEHT NICHT.

www.drehscheibe.org



drehscheibe
aus Lokalredaktionen für Lokalredaktionen

Foto: Adobe Stock/Alexander Paris



Eine Frage der Schmerzgrenze

Als freie Journalistin und Autorin ist das Schreiben Verena Carls Leidenschaft. Doch wegen schlechter Bezahlung muss sie Aufträge ablehnen, Abstriche bei der Recherche machen oder Ausbeutung hinnehmen.

Verena, Warum bist du freie Journalistin geworden?

Ich habe mehrere Jahre als festangestellte Redakteurin gearbeitet und nebenbei angefangen, Romane zu schreiben. Auf Dauer ging nicht beides parallel. Ich hatte damals die Vorstellung, dass ich meine Zeit besser koordinieren könnte, wenn ich frei arbeiten würde. Also habe ich gekündigt.

Wusstest du damals schon, worauf du dich einlässt?

Ja und das hat sich zum Teil bewahrheitet. Mit Schnelligkeit, guter Vernetzung, Ideen und Kontaktfreudigkeit ist es aufgegangen. Nur: Im Laufe der Zeit sind zwar meine persönlichen Ansprüche und die Themenvielfalt gewachsen – die Honorare aber nicht. Als prekär würde ich mein Arbeitsleben trotzdem nicht bezeichnen.

Erwischst du dich dabei, dass du dich selbst ausbeutest?

Unter einem bestimmten Tagessatz arbeite ich selten. Nur dann, wenn mich ein Thema kickt. Oder für mein eigenes Renommee.

Wie viele Artikel schreibst du im Monat?

Letztes Jahr hatte ich einen Rekord mit 70 Rechnungen. Mein normales Pensum liegt bei vier bis fünf Texten im Monat.

Und das reicht zum Überleben?

Ich kann nicht klagen. Dass ich finanziell auf großem Fuß lebe, kann ich trotzdem nicht behaupten.

Lohnt es sich, mit Redaktionen zu verhandeln?

Natürlich. Innerhalb eines bestimmten Rahmens geht das. Am Ende muss man für sich selbst definieren, wo die Schmerzgrenze liegt.

Wo liegt deine?

Für eine schöne Geschichte, die ich nur in einer Tageszeitung oder online veröffentlichen kann, arbeite ich auch mal zwei Tage für 130 Euro insgesamt. Aber das ist wirklich die Ausnahme. Man muss auch »Nein« sagen können. In der Regel lehne ich alles ab, das unter einem Tagessatz von 300 Euro liegt.

Kann man auf Verständnis aus den Redaktionen hoffen?

Vielen Redakteur*innen ist nicht klar, was die reale Arbeitszeit von Freien ist. 400 Euro für ein Interview klingt nach einem ordentlichen Honorar, aber man muss anteilig auch alles andere mit einrechnen: Büroorganisation, Buchhaltung, Abstimmungsschleifen, Exposés und Konzepte, Besprechungen, Fortbildungen sowie Krankheits- und Urlaubstage.

Was würdest du dir wünschen?

Mehr Solidarität, auch zwischen Festen und Freien. Dass Redakteur*innen zu ihren Vorgesetzten gehen und weitergeben, dass

die Bezahlung nicht fair ist. Aber welche Redakteur*innen wollen sich bei der Chefetage unbeliebt machen? Es sind strukturelle Probleme. Und gegen die kommt man alleine nicht an.

Und der Berufsverband »Freischreiber« kann nichts dagegen ausrichten?

Als die Freischreiber 2008 gegründet worden sind, war ich mit dabei. Damals hatte ich schon die Vorstellung, dass wir gemeinsam die Macht haben zu sagen: »Für die Honorare arbeiten wir alle nicht.« Es sind auch immer wieder einzelne Erfolge erzielt worden, da haben Aktive im Verband viel tolle, ehrenamtliche Arbeit geleistet. Aber die generelle Stagnation oder sogar den Rückgang der Honorare haben wir trotzdem nicht aufhalten können. Auch deshalb haben viele resigniert dem Beruf den Rücken gekehrt.

Leidet die Qualität, wenn du schlecht bezahlt wirst?

Schlechte Qualität liefere ich nicht ab. Aber ja, ich muss Abstriche machen. Im Zweifelsfall heißt das: eine Studie weniger lesen, ein, zwei Gespräche weniger, den einen oder anderen Aspekt weglassen.

Bist du als Magazin-Journalistin vom Kahlschlag bei RTL/Gruner + Jahr betroffen?

Absolut. Von den 23 Magazinen, die jetzt eingestellt wurden, habe ich für sieben geschrieben. Nur ein Magazin ist übriggeblieben. Aktuell bin ich wieder neu auf der Suche, woher das Geld kommt.

Zermürbt dich die Unsicherheit?

Glücklicherweise bin ich psychisch ziemlich stabil. Ich kann aber absolut nachvollziehen, dass es anderen freien Journalist*innen mental schlecht geht. Die Situation kann sehr belastend sein.

Willst du auch in Zukunft weiterhin als Freie arbeiten?

Das weiß ich tatsächlich nicht. Wenn ich irgendwie mit Schreiben mein Geld verdienen kann, dann mache ich das auch. In welcher Form das sein wird, steht auf einem anderen Blatt. Ich kenne sehr viele in meinem Alter, die ausgestiegen sind. Mit ihren Fachkenntnissen sind sie in die Industrie, die PR oder in die interne Kommunikation gegangen. Gerade die guten Leute finden meist gut bezahlte Jobs – aber eben nicht mehr im Journalismus. Und das ist schade.

Die Fragen stellte **Anne-Kathrin Oestmann**.

Foto: Isadora Taat

»Auf dem Silbertablett«

Journalistin und Sicherheitstrainerin Annkathrin Weis über den richtigen Gebrauch von Daten und mögliche Maßnahmen zum Schutz vor Hackerangriffen.



Annkathrin, wenn du dich ständig mit IT-Sicherheit und potenziellen Bedrohungen auseinandersetzt – witterst du hinter jeder Mail einen Phishingversuch?

Ich kann verstehen, wenn es anfangs zu Paranoia kommt, wenn man sich ständig mit dem Thema auseinandersetzt. Aber je mehr ich lerne, desto besser weiß ich auch, Gefahren realistisch einzuschätzen. Digitale Sicherheit umfasst viele verschiedene Ebenen und Techniken, die für viele von uns nicht alltäglich sind. Und Redakteur*innen in Redaktionen erhalten in der Regel Geräte samt Sicherheitsmaßnahmen, sodass sie sich weniger Gedanken machen müssen als Freie.

Sollte ich im journalistischen Alltag jede Mail verschlüsseln?

Nein, bei den gängigen Anbietern sind Mails zwar nicht automatisch Ende-zu-Ende verschlüsselt, haben aber eine sogenannte Transportverschlüsselung. Für sensible Kommunikation, zum Beispiel mit Quellen, ist ein erhöhter Schutz wünschenswert, den man schneller mit Messenger-Apps wie Signal oder Threema gewährleistet.

Warum machen wir uns in der Branche eher zu wenig Gedanken über digitale Sicherheit?

In der Theorie wissen ganz viele Menschen, dass es wichtig ist. In der Praxis scheitert es dann aber an der Umsetzung, weil das Thema zumindest am Anfang relativ viele Ressourcen zieht. Ich verstehe, wenn unter den prekären Arbeitsbedingungen vielerorts Leute sagen, dass sie keine Zeit dafür haben. Aber jede*r Journalist*in sollte zumindest grundlegende Kenntnisse zu Hackingangriffen, Doxing und Sicherheitsleaks haben, um die Gefahr für die eigene Arbeit einschätzen zu können. Das ist auch die Verantwortung der Redaktionen.

Wie kann man sich in diesem Bereich fortbilden?

Es gibt tolle Möglichkeiten zur Weiterbildung: Fachveranstaltungen, Vorträge und Newsletter, zum Beispiel von Netzwerk Recherche oder Fachredaktionen wie netzpolitik.org. Am Ende müssen wir alle begreifen, dass digitale Sicherheit keine optionale Weiterbildung ist. Sie ist ein Prozess, der in den letzten Jahren verschlafen wurde.

Wie können Journalist*innen einschätzen, wie hoch die Gefahr ist, gehackt zu werden?

Es ist schwierig, die grundsätzliche Gefahr einzuschätzen, da viele Faktoren eine Rolle spielen: Sexuelle Identität, die Regierung,

über die berichtet wird, die eigene technische Ausstattung und die meines Gegenübers. Die Einschätzung des Risikos muss prinzipiell bei jedem Projekt neu und individuell erfolgen. Außerdem darf ich nie vergessen, dass ich auch als Privatperson angegriffen werden kann, etwa bei Phishing.

Gibt es Tools, die wir besser nicht mehr nutzen sollten?

Grundsätzlich würde ich immer abraten, Dienste zu verwenden, bei denen es nachweislich Sicherheitslücken gibt oder die unsere Daten missbräuchlich verwenden. In einer idealen Welt würden wir uns von diesen Anbietern fernhalten. Aber in der Realität ist das utopisch. Beispiel Google Docs: Außer Cryptpad gibt es kein Open Source-Angebot mit Ende-zu-Ende-Verschlüsselung, das anonymisiert nutzbar ist und im Browser flüssig funktioniert.

Was bedeutet das für unsere Workflows?

Unter anderem, dass die Recherche nicht aufhört, wenn mein Text online gegangen oder der Film veröffentlicht ist, sondern, wenn ich verantwortungsvoll die Daten entsorgt oder archiviert habe.

Welche Schwierigkeiten treten bei sozialen Netzwerken auf?

Social Media bieten eine riesige Angriffsfläche, weil wir bei privater Nutzung (un)freiwillig Infos zur Verfügung stellen: wer Freunde und Familie sind, wie wir unsere Zeit verbringen, wann wir Geburtstag haben, wo wir wohnen. Das alles ist Material für jemanden, der uns aufgrund unserer Arbeit einschüchtern oder sogar doxxen will. Wir servieren da einfach viele Informationen auf dem Silbertablett.

Also raus aus Twitter und Instagram?

Nein, ich persönlich nutze Instagram viel für Recherchen oder berufliche Kontakte, da kann der Kanal sehr hilfreich sein. Aber ich denke genau darüber nach, mit welchen Privatsphäre-Einstellungen ich mein Privatleben auf Social Media teile.

Die Fragen stellte **Leonie Urbanczyk**.

TAGUNGSTIPP

Streng vertraulich: Arbeiten mit Whistleblowern, anonymen Quellen und nichtöffentlichen Dokumenten

10:30 – U9

Claudia Gürkov, Christiane Hawranek

»Warum für die Kuh zahlen, wenn es die Milch doch auch umsonst gibt?«



In Deutschland zahlt kaum einer für Journalismus im Netz. Und das, obwohl Online-Medien mittlerweile unsere wichtigste Nachrichtenquelle sind. Ein Gespräch mit Medienwissenschaftler Christopher Buschow über Geld, Paywalls und den wahren Wert von Journalismus.

Herr Buschow, was ist Ihnen Journalismus aktuell monatlich wert?

Die meisten Abos, die ich habe, werden jährlich abgebucht. Da fällt es gar nicht so leicht, spontan eine exakte Zahl zu nennen.

Können Sie mir denn sagen, ob Sie Online- oder Print-Abos abgeschlossen haben?

Das ist mittlerweile alles digital. Ich selbst gehöre zu der Generation, die dem Papier zumindest noch eine Chance gegeben hat. Aber die Blätter fliegen dann rum, werden nicht vollständig gelesen – und am Ende ist es auch eine Frage des CO₂-Fußabdrucks. Wir wissen allerdings, dass Mediengüter in physischer Form – wie DVDs oder jetzt auch wieder Vinyls – grundsätzlich eine höhere Zahlungsbereitschaft hervorrufen als ihre digitale Form.

Da sprechen Sie einen ganz wichtigen Punkt an: die Zahlungsbereitschaft. Jetzt ist das Interesse am Journalismus bei Ihnen beruflich bedingt. Hingegen zahlen laut aktuellem Reuters Digital News Report nur elf Prozent der Deutschen für Nachrichten im Netz. Warum ist das so?

Es ist ein Geflecht aus verschiedenen Faktoren. In einer »Ökonomie der Aufmerksamkeit« – einer Überfülle an Angeboten, aus denen wir heute auswählen können – muss der Journalismus viel stärker als früher beweisen, was er eigentlich leistet. Die Menschen fragen nach Exklusivität, Mehrwert und ob sich ein Abo in ihren Alltag integrieren lässt. Früher war das anders. Da bekam die Zeitung schon aus Gewohnheit 20 Minuten am morgendlichen Küchentisch. Das ist dem digitalen Journalismus

in Deutschland noch nicht gelungen. Er hat noch keinen richtigen Ort im Medienalltag der Menschen gefunden. Damit meine ich weniger den physischen Ort, sondern viel mehr die Nutzungssituation, die Routinen und die Habitualisierung von Verhaltensweisen. Wofür nutzen die Menschen Journalismus eigentlich, mit welchen Aufgaben betrauen sie ihn? Diese Fragen müssen heute viel intensiver gestellt werden, um zum Kern der Zahlungsbereitschaft zu gelangen.

Diesen Kern haben Sie bereits 2019 für die Landesanstalt für Medien NRW erforscht. Was waren die Ergebnisse? Was ist der Hauptgrund für mangelnde Zahlungsbereitschaft?

»Warum für die Kuh zahlen, wenn es die Milch doch auch umsonst gibt?«, sagte uns die Teilnehmerin einer der Gruppendiskussionen, die wir 2019 geführt haben. Ein zentraler Grund für mangelnde Zahlungsbereitschaft ist sicherlich die breite Verfügbarkeit kostenloser Alternativen.

Ist das die Quittung für die jahrzehntelange Gratismentalität der Verlage im Online-Journalismus?

Definitiv. Verlage haben die Menschen in gewisser Weise erzogen, dass Journalismus online gratis verfügbar ist, weil man geglaubt hat, dass das digitale Geschäftsmodell werbeorientiert funktionieren könnte. Nur einige ausgewählte Titel wie das Wall Street Journal in den USA haben früh mit Paid Content begonnen. In Deutschland haben sich die allermeisten auf die Anzeigenfinanzierung verlassen. Dann kamen Google, Facebook und andere und haben den Verlagen die Butter vom Brot genommen. Sie organisieren Aufmerksamkeit für Werbung ja auch wesentlich effizienter, als das mit dem Journalismus möglich ist.

Haben die Verlage und Medienhäuser daraus gelernt?

Ja, klar. Mittlerweile setzen Verlage alles daran, den Menschen Angebote zu machen, die Exklusivität und Nutzwert haben und die eben nicht so einfach durch kostenfreie Alternativen substituiert werden können.

Dafür gibt es inzwischen Bezahlschranken mit sogenanntem Paid-Content. Welche Form der Paywall ist dabei am weitesten verbreitet?

Das Freemium-Modell. Dabei wird noch eine kleine Zahl an Inhalten gratis angeboten, exklusive Inhalte hingegen finden sich hinter der Paywall.

Welche Paywall funktioniert am besten?

Das ist unterschiedlich von Verlag zu Verlag. Wenn Sie ein sehr nischiges Angebot haben, dann ist eine harte Paywall, bei der alles hinter der Bezahlschranke liegt, zielführend, weil Ihre Inhalte eine hohe Exklusivität für wahrscheinlich bereits stark involvierte Zielgruppen aufweisen. In anderen Themenfeldern

lohnt sich die Mischung. Und ganz wichtig für die Branche sind auch journalistische Angebote, bei denen die Menschen gar nichts zahlen. Wenn absehbar viele Inhalte hinter Paywalls stehen, droht die Gefahr, dass wir eine ganze Reihe von Menschen, die weder jetzt noch in Zukunft für den Journalismus bezahlen werden, vom öffentlichen Diskurs ein Stück weit ausschließen.

Sie haben sich in Ihrer Forschung zuletzt unter anderem mit News-Bundles beschäftigt – also einem gemeinsamen Abo für Inhalte unterschiedlicher Anbieter. Könnte das die Lösung sein?

Unsere aktuelle Studie zeigt, dass hier eine Lösung liegen könnte. Bislang funktionieren diese Plattformmodelle aber in der Praxis noch nicht wirklich.

Dabei gibt es entsprechende Angebote mit Blendle, Ready oder PressReader bereits. Durchgesetzt haben die sich – anders als Spotify oder Netflix im Unterhaltungsbe- reich – aber bisher nicht. Warum?

Die Angebote sind weder bekannt noch attraktiv genug, häufig weil die Inhalte der gro-

gegensteuern, sie würde nach unseren Ergebnissen die Reichweite des Journalismus deutlich erhöhen können. So könnten auch wieder mehr junge Menschen in Berührung mit dem Journalismus kommen.

Inwiefern wäre es auch ideal für die Branche?

In unserer Studie konnten wir zeigen, dass in einem solchen Modell bis zu 40 Prozent mehr Abonnements verkauft werden könnten als heute. Die Umsätze für die Branche würden nach unseren Schätzungen leicht höher liegen. Aktuell verdienen aber einige im Markt relativ viel und andere sehr viel weniger. Man muss also kluge Ausschüttungsmechanismen für solch eine Plattform finden. Ich glaube, man kann hier einiges von Spotify lernen – vielleicht auch, wie man es nicht machen sollte.

Was muss sich ändern?

Verlage und Medienschaffende sollten stärker über die Plattformisierung nachdenken, die viele Medienmärkte bereits erfasst hat. Sie birgt auch Potenziale im Journalismus. Nicht unbedingt durch Drittanbieter, sondern

Eine Art »Spotify für News«, also ein Abo, in dem alle journalistischen Titel in Deutschland enthalten sind, wäre das Idealmodell.

ßen Medien fehlen. Die wollen dort zumeist auch deshalb nicht mitmachen, weil sie ihre eigenständigen Paid-Content-Angebote ja gerade erst aufgebaut haben.

Sehen Sie die Lösung dennoch in medienübergreifenden Kooperationen bei der Vermarktung der Inhalte?

Ja. Meine Befürchtung ist, dass die Paywall-Modelle der Einzelverlage bald an ihre Grenzen geraten werden. Und dann muss geschaut werden, wie man die Inhalte weiter gewinnbringend verwerten kann. Der Wunsch nach gebündelten Angeboten ist auf Seiten der Nutzenden sehr ausgeprägt. Jeder weitere Titel, den man in ein Bündel hineinnimmt, erhöht nach unseren Ergebnissen die Zahlungsbereitschaft.

Also der Abschied von verschiedenen Digital-Abos hin zu einem Rundumsorg- lospaket ...

Eine Art »Spotify für News«, also ein Abo, in dem alle journalistischen Titel in Deutschland enthalten sind, wäre das Idealmodell. Darin läge unserer Studie nach der größte Mehrwert. Denn aktuell abonnieren zu wenig Menschen journalistische Inhalte. Das wirkt sich negativ auf den gesellschaftlichen Diskurs aus. Und mit so einer Plattform könnte man

als ein kooperatives Modell der Verlage. Wir sprechen von »Coopetition«, also eine Kooperation, bei der man aber gleichzeitig im Wettbewerb steht. Eine anbieterübergreifende journalistische Plattform, die wieder mehr Menschen für den Journalismus begeistert, wäre eine kluge Form dieser Coopetition.

Und dafür würden auch wieder mehr Menschen zahlen?

Definitiv.

Die Fragen stellte Yannik Damerau.

TAGUNGSTIPP

Money, money, money – alternative Erlösquellen für Gründer*innen

10:30 – K6

Pauline Tillmann

»Das Zeitungssterben geht unvermindert weiter«



Penelope Abernathy ist eine Pionierin in der Forschung zu Nachrichtenwüsten. Wie blickt sie auf die Entwicklung der Medienlandschaft in den USA und was könnte Deutschland drohen?

Prof. Abernathy, Sie erforschen die Entstehung von Nachrichtenwüsten in den USA. Wie schlimm ist es?

In mehr als 200 der 3.100 Landkreise in den USA existieren keine Nachrichtenmedien mehr. Die Hälfte hat nur noch eine lokale Nachrichtenquelle. Tageszeitungen fehlen sogar in zwei Dritteln der Landkreise.

Und besser wird es erstmal nicht, oder?

Wir haben seit 2005 rund 2.500 Zeitungen verloren – mehr als ein Viertel aller Blätter im Land. Und bis Ende 2025 könnte ein Drittel der noch existierenden Zeitungen wegfallen. Zusätzlich haben die USA 60 Prozent der Reporter verloren.

Die Forschung zu Nachrichtenwüsten nimmt vor allem die gedruckte Zeitung in den Fokus. Was ist mit digitalen Medien?

Wenn eine Zeitung stirbt, kann ein digitales Medium ihren Platz einnehmen. Aber: Die meisten neuen lokalen Digitalmedien überleben nicht länger als fünf Jahre. Hinzu kommt: Von den rund 600 lokaljournalistischen Websites in den USA berichten mehr als 90 Prozent aus großen Städten, in denen es bereits andere digitale Medien gibt.

Kann der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht dort einspringen, wo andere Medien aussterben?

Wir haben in den gesamten USA nur einige Hundert öffentliche TV-Sender, von denen nur elf überhaupt lokale oder nationale Nachrichten im Programm haben. Von den 1.200 öffentlichen Radiostationen sendet nur jede vierte tatsächlich lokale Inhalte oder erstellt diese Inhalte vor Ort.

In einigen US-Bezirken übernehmen deshalb Journalismus-Studierende die Lokalberichterstattung. Können diese journalistischen Welpen die Wachhunde sein, die es braucht?

Es ist eine ermutigende Entwicklung, dass sich 100 Universitäten im Lokaljournalismus engagieren. Das Problem: Es fehlt die Kontinuität, weil ein Studium nur eine begrenzte Zeit dauert und die Studierenden dann wieder weg sind. Außerdem muss man sich auf engagierte Professoren verlassen, die die Verantwortung übernehmen.

Immerhin: Das große Zeitungssterben infolge der Pandemie ist nicht wie erwartet eingetreten. Ein Hoffnungsschimmer?

Während der Pandemie konnten kleine Zeitungen Kredite bekommen, wenn sie die Zahl der Mitarbeiter konstant hielten. Jetzt ist das Geld weg. Das Zeitungssterben geht unvermindert weiter. Wir hatten es nur noch schlimmer erwartet.

Die Fragen stellte **Larissa Scheidt**.

Foto: Cindy Burnham

Entlastung für gestresste Redakteur*innen



Der Kommunikationswissenschaftler Neil Thurman erforscht Künstliche Intelligenz im Lokaljournalismus und erklärt, warum ChatGPT keine existenzielle Bedrohung für die Profession darstellt.

Herr Thurman, Sie erforschen den Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Lokaljournalismus. Worum geht es genau?

Wir arbeiten mit Lokalredaktionen zusammen, um herauszufinden, wie sie Automatisierung und künstliche Intelligenz zur Verbesserung ihrer Abläufe nutzen können. Unser Ziel ist es, ihre Produkte – Websites, Nachrichtenplattformen, aber auch ihre gedruckten Blätter – zu optimieren, ohne dabei die eigene Verantwortung zu untergraben.

Wie sieht das in der Praxis aus?

Eine Nachrichtenredaktion, mit der wir zusammenarbeiten, interessiert sich zum Beispiel für den Einsatz von KI beim Factchecking.

Im Lokaljournalismus ist die Redaktion sehr nah am Thema der Berichterstattung und am Publikum. Ist das der richtige Ort für KI?

KI kann im Lokaljournalismus ganz unterschiedlich eingesetzt werden. Etwa beim Social Media Monitoring zu Themen aus der Region oder der Personalisierung von Nachrichtenangeboten je nach Interessensgebiet oder Alter des Publikums. Gestresste Redakteure können durch die Automatisierung von redaktionellen Prozessen entlastet werden.

Welche Veränderungen wird KI Ihrer Meinung nach für den Lokaljournalismus bringen?

Ich hoffe, dass KI und Automatisierung den Lokaljournalismus leistungsfähiger machen. Schon heute gibt es automatisch verfasste, auf Daten basierende Nachrichten. Und die Automatisierung wird dazu beitragen, dass noch mehr öffentlich verfügbare Daten für die lokale Berichterstattung genutzt werden können.

Haben Sie ein Beispiel?

In Großbritannien erstellt zum Beispiel RADAR (Reporters And Data And Robots) jedes Jahr Zehntausende

datengestützte Lokalnachrichten und veröffentlicht sie in Lokalmedien im ganzen Land.

Wenn KI redaktionelle Arbeit übernimmt, werden Ressourcen frei. Glauben Sie, dass diese dem Journalismus zugutekommen?

Das ist eine interessante Frage. Es stimmt, dass die KI Freiräume schaffen kann für tiefgründige Recherche. Aber das hängt vom Willen der Verantwortlichen ab. Uns fehlen noch die Daten, um die tatsächlichen Auswirkungen zu ermitteln.

Ist KI der Schlüssel zu einem wirklich objektiven Journalismus?

An der Programmierung automatisierter Systeme sind fast immer Menschen beteiligt, was dazu führen kann, dass sich deren subjektive Sichtweisen und Vorurteile in der Programmierung wiederfinden. Daher wird sich der Grad an Objektivität im Journalismus nicht wesentlich verändern.

Was halten Sie von ChatGPT?

ChatGPT birgt großes Potenzial, aber auch Risiken. Einige Medien mussten bereits von ChatGPT erstellte Artikel zurückziehen. Eine sorgfältige menschliche Kontrolle und Faktenchecks sind unerlässlich. Außerdem stellt sich die Frage, wie das auf diese Weise erstellte Material gekennzeichnet werden soll.

Wird KI uns Journalist*innen irgendwann ersetzen?

Der Journalismus wird nicht verschwinden. KI kann einfache Aufgaben übernehmen, aber Journalisten werden weiterhin Aufgaben übernehmen, die KI nicht erledigen kann. Die Fähigkeiten von ChatGPT sind auf Inhalte im Netz beschränkt. Bei Nachrichten handelt es sich aber oft um neue Informationen, die noch nicht in digitaler Form vorliegen. Journalismus basiert meistens auf menschlicher Interaktion oder Informationen, die nicht maschinell lesbar sind. Daher wird es immer einen Bedarf an Journalisten geben.

Die Fragen stellte **Mengyu Cao**.

Foto: Mirko Krenzel

Künstliche Intelligenz

»Absoluter Game Changer«

Die Pandemie bescherte dem Datenjournalismus einen Boom. Nachfrage bei Übermedien-Redaktionsleiter Frederik von Castell, welche Potenziale jenseits von Dashboards noch brachliegen.



halben Stelle der ist, der für die Daten zuständig ist. Das hat sich etabliert und jetzt ist gerade so ein bisschen die Frage, wie geht es nach der Corona-Pandemie damit weiter?

In der Pandemie hatte der Datenjournalismus seinen großen Auftritt. Hat die Krise diese journalistische Disziplin verändert?

Corona, klar, war der Riesen-Boost. Das war einfach so ein Thema, das ging durch alle Ressorts. In allen Themenbereichen war es wichtig, in irgendeiner Art und Weise zu verstehen, was da passiert. Gleichzeitig war es halt auch so, dass man immer wieder versuchen musste, Herr oder Frau über die Lage der Daten zu werden. Und da hat man natürlich wahnsinnig dazulernen und auch seine Skills ausbauen müssen. Der eigentlich mal »langsame«, also auf ausgeruhte Recherchen ausgerichtete Datenjournalismus musste plötzlich unfassbar schnell sein. Früher war Datenjournalismus »Indie«. Mit Corona kam so ein bisschen der Plattenvertrag dazu. Quasi der Mainstream. Du baust Dashboards und das wird natürlich auch geklickt, weil es das ist, was die Leute für ihren Alltag brauchen. Aber viele haben sich deswegen zu sehr eingeklinkt in dieses automatisierte Berichten.

Ist durch die ganzen Dashboards ein falsches Bild vom Datenjournalismus entstanden?

Ja! Und das ist super bitter. Wir haben damals den Leuten erklären müssen, warum wir anders arbeiten als etwa ein*e Infografiker*in, die fertige Zahlen bekommen hat, eine Grafik gebaut hat, und die veröffentlicht hat. Wir fangen ja viel früher an, wir holen uns Rohdaten, wir recherchieren in den Daten. Wir sind eigentlich nicht dafür da, den Weg nur zu bereiten, zu sagen von hier kommen die Zahlen und hier sind sie auf der Seite. So simpel ist es bei Dashboards nicht. Aber dadurch ist so ein Grafik-Overflow entstanden. Das ist für mich viel zu wenig. Mir fehlt die Recherche dahinter. Was können wir mit Daten anfangen? Um mehr an die Problematik an sich heranzugehen und sie nicht nur in Grafiken abzubilden. Das finde ich super absurd, weil das das ist, was Datenjournalist*innen früher nie wollten.

Kritiker*innen merken an, dass durch die Prozessautomatisierung intensivere Recherche und Storytelling auf der Strecke geblieben seien. Stimmt das?

Datenjournalist*innen müssen sich jetzt ein zweites Mal emanzipieren und sagen: Wir haben die letzten drei Jahre sehr erfolgreich Dashboards und sowas gebaut. Wir haben sehr viel reingehauen, wir waren

ständig Tag und Nacht verfügbar. Jetzt ist es wichtig zu sagen: Wir wollen wieder Zeit für Recherche haben, wollen mehr Themen machen. Wir wollen nicht nur dafür da sein, eine Infrastruktur zu warten. Rein ins Storytelling, sich wieder Sachen überlegen, wie kann ich eine Geschichte am besten erzählen? Das passiert ja alles in Wahrheit auch, aber deutlich seltener als vorher. Ich glaube, dafür muss man sich konkret wieder Ressourcen schaffen.

Welche Rolle spielt Künstliche Intelligenz im Datenjournalismus?

Datenjournalist*innen arbeiten in ihren Workflows schon längst mit beispielsweise Automatisierungen. Und das ist ein Riesenvorteil, wenn man bestimmte Prozesse nicht immer wieder machen muss. Datenjournalist*innen neigen meiner Erfahrung nach am ehesten dazu, das maßvoll, sorgfältig und intelligent einzusetzen. Das größte Problem mit KI im Journalismus ist da, wo sie Leute einsetzen, ohne zu kapieren, was sie tun. Ich bin super optimistisch, dass das in der Hand von Datenjournalist*innen eine gute Sache ist. Ansonsten bin ich eher skeptisch, wie viel KI im Journalismus insgesamt sinnvoll ist.

Wie – die FDP würde sagen – »technologieoffen« müssen Journalist*innen sein?

Journalismus muss grundsätzlich mit der Technologie gehen. Zum einen, weil man darüber berichten muss und zum anderen, weil man das nutzen muss. Du kannst ja nicht sagen, ich verweigere mich allen technischen Möglichkeiten und kann am Ende nicht mehr nachvollziehen, was woanders auf der Welt passiert, wo die technischen Möglichkeiten genutzt werden. Es ist erstmal egal, mit was man arbeitet, solange man die journalistischen Grundprinzipien beibehält und dafür sorgt, dass es kontrollierbar und transparent bleibt. Und solange es natürlich auf

legalen Füßen steht und moralisch vertretbar ist. Nicht zu viel Angst haben, finde ich auch immer wichtig.

Worin siehst Du die Zukunft des Datenjournalismus?

Ich wünsche mir, dass man die Dunkelfelder ein bisschen mehr erschließt. Die Themen, in denen Zahlen und Empirien bis jetzt weniger eine Rolle gespielt haben. Ressorts zu stärken, die früher einfach nicht in den Genuss von Daten gekommen sind, z. B. das Feuilleton etc. Das ist, glaube ich, auch für die Leserschaft spannend, wenn es mal anders zugeht. Es würde mir gut gefallen, wenn sich der Datenjournalismus noch breiter aufstellt. Im Moment agieren mir zu viele in der Branche nach dem Motto: Das ist der heiße Scheiß, das müssen wir jetzt machen. Mir wäre es lieber, man würde den Recherchen wieder mehr Lust an neuen Themen und Zugängen ansehen.

Die Fragen stellte **Hannah Amelie Scherf**.

TAGUNGSTIPP

Gute Quellen für Datenschätze

14:15 – K10

Nicola Naber, Andreas Maisch

ANZEIGE

AOK

Wer viel fragt, will es genau wissen ...

Ihre Fragen rund um Gesundheitspolitik, medizinische Versorgung, Prävention, Kranken- und Pflegeversicherung beantwortet Ihnen die **Pressestelle der AOK Rheinland/Hamburg**.
Kontakt: **Standort Rheinland: Isabella Heller · Telefon: 0211 8791 28308**
Standort Hamburg: Antje Kusalik · Telefon: 040 2023 28218 · E-Mail: presse@rh.aok.de

AOK Rheinland/Hamburg
Die Gesundheitskasse.

Foto: Joaël Souza Cabrera

»Wir sind im Kreuzfeuer der Regierung und krimineller Gruppen«

Die mexikanische Investigativjournalistin **Marcela Turati** erlebt bei ihrer Arbeit staatliche Korruption und auch, dass Medien von Kriminellen gekauft sein können. Stets besonders bedroht: weibliche Journalistinnen.



Frau Turati, Mexiko gilt als das gefährlichste Land für Journalist*innen, dabei herrschen offiziell weder eine Diktatur, noch Bürgerkrieg. Wie würden Sie die Situation für Medienschaffende beschreiben?

Seit 2006 der Krieg gegen den Drogenhandel erklärt wurde, hat die Gewalt zugenommen. Armee, Marine und Bundespolizei haben für die Kartelle gearbeitet, die sie doch eigentlich bekämpfen sollten. Es gab zehntausende Tote, inzwischen spricht man sogar von hunderttausenden, mehr als 100.000 Menschen sind verschwunden. Viele Journalistinnen wurden ermordet, Regina Martínez in Veracruz oder Miroslava Breach in Chihuahua. Obwohl sich Mexiko nicht im Krieg befindet, steht es seit vielen Jahren an erster Stelle bei der Zahl der Morde an Journalisten und übertrifft manchmal Länder wie Syrien, Irak oder Ukraine.

Die mexikanische Regierung kritisiert und diskreditiert Journalist*innen öffentlich auf Pressekonferenzen. Wie wirkt sich das auf Medienschaffende aus?

Mit Amtsantritt des Präsidenten führte er eine tägliche Pressekonferenz ein, die »Mañanera«. Reine Propaganda. Journalisten werden darin herausgegriffen und beschuldigt. Es gibt Listen mit den »verlogenen Journa-

listen«. Ich habe eine Freundin, die über die Armee berichtete. Der Präsident fing an, sie vorzuführen. Sie war so traumatisiert, dass sie sich lange nicht traute, zu arbeiten. In sozialen Netzwerken wurde ein Shitstorm gegen die Journalistin Reyna Ramírez ausgelöst, der wegen ihrer unbequemen Fragen der Zutritt verwehrt worden war, die aber durch eine Amparo-Klage (eine Art Verfassungsbeschwerde) ihr Recht auf Teilnahme an der Pressekonferenz erstritten hatte. Sie verließ das Land für einige Monate.

Der Hass wirkt also bis in die Gesellschaft? Der Präsident sagt, man könne den Medien nicht trauen und wettet gegen kritische Medien. Viele Menschen, die seine Botschaft täglich verfolgen, halten Journalisten für Feinde der Bevölkerung.

Sind Sie selbst jemals von der Regierung oder vom Präsidenten derart angegriffen worden?

Ich war selbst bei einer »Mañanera« und fragte nach den Versprechen, die den Familien der

Verschwundenen gemacht wurden. Als ich ging, wurde ich in sozialen Netzwerken bereits kritisiert. Einige Personen beschuldigten mich, parteiisch zu sein, andere sagten, ich solle das Land verlassen. Ich wurde Ziel von Angriffen, die von der staatlichen Nachrichtenagentur Notimex angeordnet wurden, die diese Tweets gegen Journalisten orchestriert hatte. Jetzt ist sie geschlossen worden.

Offiziell gibt es ein staatliches Personenschutzprogramm. Wie sinnvoll ist dieser Schutz, wenn die Regierung und selbst Polizei und Staatsanwaltschaft korruptionsanfällig sind?

Das Schutzprogramm reicht nicht aus, die Zahl der Bedrohten und Gefährdeten steigt ständig. Die Bundesregierung wollte die Bundesstaaten auffordern, Verantwortung für den Schutz bedrohter Personen zu übernehmen. Doch bereits aus ihren Bundesstaaten vertriebene Journalisten bekamen Angst, weil es manchmal genau jene lokalen Machthaber sind, von denen sie verfolgt werden. Jetzt wurde dieses Vorgehen gestoppt. Die

Foto: Lea Sommer

Regierung selbst gibt zu, dass sie mit der Betreuung der Betroffenen überfordert ist und der Mechanismus nicht funktioniert, solange die Staatsanwaltschaft nicht funktioniert. In mehreren Fällen wurden Journalisten trotz Schutzmaßnahmen getötet.

Berufsausstieg oder Exil – könnten Sie irgendwann vor dieser Frage stehen?

Ich glaube, jeder von uns mexikanischen Journalisten, die zu gefährlichen Themen recherchieren, hat schon einmal gedacht: Warum sind wir hier? Ist es das wert? Werden sich die Dinge jemals ändern? Wenn ich weitermache, dann weil ich glaube, dass es sich lohnt. Wir sind emotional so ausgebrannt, dass wir das Risiko als normal akzeptieren.

Nur um eine Vorstellung zu bekommen: Wie viele Drohungen erhalten Sie in einer Woche?

Es ist nicht so, dass wöchentlich etwas passiert. Lokaljournalisten werden am häufigsten bedroht. Ich selbst bin privilegiert, denn ich lebe in Mexiko-Stadt. Aber trotzdem ist es mir passiert. In Texas, an der Grenze in Juárez stiegen Kriminelle zu mir ins Auto und sagten, ich solle aufhören, Fragen zu stellen. Ein anderes Mal, als ich Leute mitten im Interview befragte, bekamen sie Anrufe, bekamen Angst und baten mich zu gehen, weil sie bedroht wurden, weil sie geredet hatten. Es gibt

eine Akte der Generalstaatsanwaltschaft, aus der hervorgeht, dass sie mich aufgrund meiner Recherche zu einem Massaker an Migranten, sechs Monate lang verfolgt hatten. Sie wussten, mit wem ich gesprochen habe und über welchen Funkmast mein Handy verbunden war.

Spielt das Geschlecht eine Rolle bei den Drohungen?

Wir beobachten Unterschiede zwischen der Bedrohung weiblicher und männlicher Journalisten. Wenn eine Journalistin bedroht wird, betreffen diese Drohungen häufig ihre Sexualität, ihr Erscheinungsbild oder ihre Familie. In einem Fall brachen sie in das Haus einer Freundin ein und leerten ihre Unterwäschenschublade. In einem anderen hinterließen sie Exkremente in ihrer Toilette. Die Kollegin hatte zur Armee recherchiert. Bei einer anderen Kollegin haben sie ihre Hündinnen getötet. In den sozialen Netzwerken wird man aufgrund seines Äußeren beleidigt oder sie kündigen sehr explizit an, was sie mit dir machen werden, wie sie es mit dir machen werden.

Sind auch Journalist*innen anfällig für Korruption?

Ja, das ist ein Problem. Wir Journalisten stehen im Kreuzfeuer zwischen Regierung, kriminellen Gruppen und oft auch den Medienunternehmen. In Mexiko lebt der Großteil der

Presse von staatlicher Werbung. Die Medien, die der Präsident früher als »Mafia der Macht« bezeichnete, arbeiten heute eng mit ihm zusammen und gehören heute zu seinen wirtschaftlichen Beratern. Ein kritischer Journalist ist da im Weg. Wer über Korruption berichtet, bringt sich in Gefahr.

Was ist die größte Bedrohung für Journalist*innen: die Regierung oder die Kartelle?

Die internationale Menschenrechtsorganisation »ARTICLE 19« gibt einen Bericht über die Lage der Presse in Mexiko heraus. Jedes Jahr zeigt sich: Die eine Hälfte der Drohungen geht von Beamten, die andere von kriminellen Gruppen aus. Bürgermeister, Gouverneure oder Unternehmer sind Teil der Kartellstrukturen. Miroslava Breach hat die Salazar in der Sierra Tarahumara angeprangert, eine kriminelle Gruppe, die für das Sinaloa-Kartell arbeitet. Sie beschuldigte den Gemeindepräsidenten, ein Abgesandter der Gruppe zu sein und sie bedroht zu haben. Sie wurde umgebracht. Wo ist also die Grenze? Das passiert immer mehr in Mexiko: Du recherchierst zur Abholzung der Wälder und plötzlich wirst du bedroht. Ist es ein Soldat? Die Polizei? Eine bewaffnete Gruppe? Du verstehst weder, wer mit wem zusammenarbeitet, noch warum.

Die Fragen stellte **Annabelle Dzubilla**.

Leuchtturm für **Niloufar Hamed** und **Elahe Mohammadi**

Der »Leuchtturm für besondere publizistische Leistungen« geht in diesem Jahr an die beiden iranischen Journalistinnen Niloufar Hamed und Elahe Mohammadi für ihre mutige Berichterstattung über den Tod von Jina Mahsa Amini.

»Niloufar Hamed und Elahe Mohammadi sind Vorbilder. Ihre Arbeit führt uns vor Augen, wie wichtig und relevant eine freie Presse ist – und wie viel Kraft journalistische Veröffentlichungen entfalten können«, sagt Daniel Drepper, Vorsitzender von Netzwerk Recherche.

Die beiden Journalistinnen hatten als Erste über den Tod der jungen Kurdin Jina Mahsa Amini berichtet. Amini, die von iranischen Sitten-

wächtern verhaftet worden war, starb Mitte September. Der Fall löste im Iran die schwersten Proteste seit Jahren aus. Der iranische Geheimdienst bezeichnet die beiden Journalistinnen als »ausländische Agenten« und wirft ihnen Propaganda gegen den Staat vor.

Hamed und Mohammadi sind seit rund acht Monaten inhaftiert, derzeit stehen sie unter Ausschluss der Öffentlichkeit vor dem Revolutionsgericht in Teheran. Sie sind nicht die einzigen Medienvertreter*innen, gegen die die iranische Regierung vorgeht. Fast hundert Journalistinnen und Journalisten wurden verhaftet, ihre Angehörigen unter Druck gesetzt.

»Niloufar Hamed und Elahe Mohammadi sind Inspiration und Motivation für alle Journalist*innen weltweit. Ihre Arbeit zeigt, was möglich ist. Deshalb zeichnen wir sie mit dem Leuchtturm-Preis des Netzwerk Recherche aus«, sagt Daniel Drepper.

Der diesjährige Leuchtturm für publizistische Leistungen ehrt Niloufar Hamed und Elahe Mohammadi für ihren Mut, trotz der Repressionen durch den iranischen Staat kritisch zu berichten. Stellvertretend würdigt er jedoch alle Protestierenden im Iran, die aufgrund der Berichterstattung der beiden Journalistinnen die Menschenrechte in ihrem Heimatland verteidigen.



Foto: Raphael Hünerfauth

Daniel Drepper (NR-Vorsitzender, l.) und Laudator Omid Rezaee bei der Ehrung der beiden inhaftierten Journalistinnen.

TAGUNGSTIPP

Verschlossene Auster

14:15 – U8

»Der Journalismus kann sich selbst nicht retten«

Deutschland rutscht in der Rangliste der Pressefreiheit immer weiter ab. Laura Moore, Experte für die Berechnung solcher Indizes und hauptberuflich bei der DW-Akademie, über die Bedeutung und Folgen des Rankings.



Frau Moore, Sie waren Anfang Mai auf der World Press Freedom Day Konferenz in New York City. Wer hatte eingeladen und worum ging es da?

Die Weltkonferenz wird jährlich von der UNESCO organisiert. Der Fokus lag in diesem Jahr auf der Bedeutung von Pressefreiheit für die Verwirklichung der anderen Menschenrechte. Bei der Konferenz trifft sich die globale Community, bestehend aus Journalist*innen, NGOs, Regierungsvertreter*innen und Akteuren der Medienentwicklung.

Wie ist Ihre persönliche Bilanz der Konferenz?

Mein Take-Away ist, dass der Journalismus allein sich selbst nicht mehr retten kann. Das große Problem der Finanzierung, welches andere Probleme nach sich zieht, muss systemisch und von unterschiedlichen Akteuren gemeinsam gelöst werden. Das kann entweder durch Regulierung oder durch freiwillige Veränderungen etwa bei den großen Tech-Plattformen geschehen. Indem sie zum Beispiel einwilligen, einen Teil der Werbeeinnahmen an Medien zurückzugeben.

Deutschland ist in der Rangliste der Pressefreiheit um fünf Plätze herabgestuft worden. Eine dramatische Entwicklung?

Es wäre vermessen zu sagen, es ist dramatisch, weil es in vielen anderen Ländern viel dramatischer ist. Dennoch sollte man die Entwicklung ernstnehmen und sich anschauen, wie es dazu kommt, dass Deutschland zwar eine noch immer »zufriedenstellende Situation« für Pressefreiheit hat, aber eben auch keine »gute«.

Sie sind Head of Research and Evaluation bei der DW-Akademie und Teil der Expert Group von Reporter ohne Grenzen. Worum kümmern Sie sich da?

In meiner Hamburger Dissertation »Measuring global media freedom« von 2020 habe ich die Rangliste von Reporter ohne Grenzen kritisiert. Es gab weder eine klare Definition, was Pressefreiheit ist, noch war klar, wer überhaupt entscheidet, wie viele Punkte ein Land bekommt und wie viele Leute zur Lage der Pressefreiheit in einem bestimmten Land befragt wurden. Vor diesem Hintergrund

hat sich die Expert Group gebildet. Ziel war es, zusammen mit weiteren Expert*innen eine verbesserte Methodologie zu entwickeln, welche nun seit vergangenem Jahr im Pressefreiheits-Ranking angewandt wird.

Das Ranking mahnt alljährlich, zeigt Fehlentwicklungen auf und appelliert an politisch Verantwortliche. Was kann man damit erreichen?

Für die Politik ist es ein Anhaltspunkt, die eigenen Strategien zu reflektieren und zu hinterfragen. Es hilft auch dabei, über Empfänger*innen und Höhe von Entwicklungsgeldern zu entscheiden. Für die Medien ist der Index ein guter Anlass, sich zumindest einmal im Jahr vertieft mit unterschiedlichen Aspekten der Pressefreiheit zu beschäftigen.

Was muss sich hierzulande tun, damit Deutschland nicht noch weiter abrutscht?

Deutschland ist im Vergleich zu anderen Ländern relativ gut darin, physische Übergriffe auf Journalist*innen zu verfolgen und Täter*innen auch zu bestrafen. Bei der Sanktionierung von Online-Angriffen und -Bedrohungen muss jedoch unbedingt nachgebessert werden. Zudem sind die deutschen Informationszugangsgesetze im Vergleich zum internationalen Standard noch nicht stark genug. Außerdem gibt es Entwürfe für Sicherheitsgesetze, welche den Umgang mit geleakten Informationen und Daten kriminalisieren, was unter anderem für den Quellenschutz eine Gefahr darstellt.

Und jenseits der Politik?

Es gab besonders in der Pandemie bei Demonstrationen gegen Corona-Einschränkungen außergewöhnlich viele gewalttätige Angriffe gegenüber Journalist*innen. Das dürfen wir als Gesellschaft nicht akzeptieren. Vielmehr müssen wir überlegen, wie wir eine gesellschaftliche Atmosphäre und ein demokratisches Miteinander sicherstellen können, wo Reporter*innen Demonstrationen und Proteste begleiten können, ohne Angst vor Übergriffen und Bedrohungen haben zu müssen.

Die Fragen stellte **Mate Sieber**.

Foto: Vanessa Carvalho

»Über den Tellerrand schauen«

Arbeitslose, gesellschaftlich Abgehängte und andere soziale Randgruppen sind in der Berichterstattung oft nur Zahlen und Statistiken. Die Journalistin Insa van den Berg gibt ihnen ein Gesicht.



Frau van den Berg, Sie berichten als freie Journalistin über sozialpolitische Themen. Woher kommt ihr Interesse daran?

Ich glaube, am Anfang war es wie bei vielen anderen Journalist*innen. Mich haben Fragen um Gerechtigkeit und Gleichheit umgetrieben und dazu motiviert, diesen Beruf zu ergreifen.

Wie nehmen Sie das Interesse an sozialen Themen wahr? Müssen Sie für Ihre Geschichten kämpfen?

Das hat sich verändert. Zu Beginn meiner Laufbahn habe ich es so empfunden, für soziale Themen kämpfen zu müssen. Inzwischen habe ich diesen Eindruck viel seltener. Als Freie kann ich entscheiden und Redaktionen meine Themen anbieten. Das gelingt fast immer.

Wie nehmen Sie das Interesse der Leserinnen und Leser wahr?

Ich sehe, dass es ein großes Bedürfnis an dieser Form der Berichterstattung gibt. Ich kann mich kaum retten vor Themenideen und Hinweisen von Menschen, die sagen: Jetzt mach doch mal das. Außerdem kommen oft Rückmeldungen zu Beiträgen. Das ist mir persönlich auch sehr wichtig und besonders motivierend.

TAGUNGSTIPP

Ein Jahr #IchBinArmutsbetroffen: Was wurde daraus?

14:15 – U8

Benjamin Fuchs,
Inge Hannemann, Anni W.

Foto: Roland Kersting

Ist das eine Besonderheit bei der Berichterstattung über soziale Themen?

Vielleicht. Wir Journalist*innen bekommen selten und dann meist negatives Feedback. Es fällt auf, wenn es häufiger und anders ist.

Soziale Berichterstattung wird manchmal kritisiert, voyeuristisch zu sein. Woran liegt das?

Natürlich gibt es Medienhäuser und Kolleg*innen, die stigmatisierend berichten. Vermutlich, weil die Zielgruppe genau das kauft.

Wie gelingt eine gute Berichterstattung über soziale Themen?

Es geht darum, nicht nur auf die Betroffenen zu schauen. Natürlich ist wichtig, was sie erleben, aber eben nicht ausschließlich. Genauso, wie wir nicht nur Zahlen und Statistiken zur Schau stellen sollten. Es gilt, beides zu verknüpfen, eine Metaebene zu den Erfahrungen zu liefern und zu erklären: Was sind eigentlich die Ursachen? Und was könnten Lösungen sein? Das ist für mich gute Berichterstattung.

Viele Journalistinnen und Journalisten sind Akademikerkinder. Fehlt da möglicherweise die Perspektive für andere Lebensrealitäten?

Ich habe den Anspruch an Journalist*innen, gesellschaftliches Leben und dessen Diversität abzubilden. Ich halte es für enorm wichtig, Perspektivwechsel zu vollziehen. Es ist meiner Meinung nach notwendig, sich grundsätzlich mit unterschiedlichen Lebensrealitäten auseinanderzusetzen – egal, woher wir kommen.

Wäre es sonst eine Art Identitätsjournalismus?

Würde das auch heißen, dass wir nur über Diskriminierung schreiben können, wenn wir diese selbst erfahren haben? Ich sehe den Punkt, dass wir uns innerhalb unserer Bubble bewegen und auch, dass Redaktionen bunter werden müssen. Aber gerade Journalist*innen sollten doch immer über den Tellerrand schauen.

Ihr Kollege Okan Bellikli hat die Fachgruppe Sozialjournalismus gegründet. Was hat Sie dazu bewogen, sich dieser anzuschließen?

Ich bin Fan vom Reden. Ich finde grundsätzlich, dass wir zu selten offen miteinander kommunizieren. Auch unter Kolleg*innen. Es geht mir also um den Austausch und, ja, auch darum, den Sozialjournalismus besser werden zu lassen.

Wie können wir als Leserinnen und Leser dafür sorgen, dass soziale Themen noch präsenter im Journalismus werden?

Indem sie zum Ausdruck bringen, was sie interessiert! Wenn Leser*innen wollen, dass Missstände aufgezeigt oder politische Veränderungen angestoßen werden, dann sollten sie mit Journalist*innen sprechen. Ganz banal: Die Nachfrage bestimmt auch hier das Angebot und Redaktionen veröffentlichen, was sich gut klickt. Am Ende erbringen wir Journalist*innen eine Dienstleistung.

Die Fragen stellte **Clara Jule Fischer**.

Sozialjournalismus

»Wir müssen viel, viel mehr erklären«

Sissi Pitzer schaut der Medienbranche seit 40 Jahren auf die Finger. Die meiste Zeit davon als verantwortliche Redakteurin des Medienmagazins im Bayerischen Rundfunk. Wie beurteilt sie die aktuelle Lage des Medienjournalismus?



Frau Pitzer, Hans Jürgen Jakobs, früherer Handelsblatt-Chefredakteur und auch Medienjournalist, hat jüngst ein düsteres Bild vom aktuellen Zustand des deutschen Medienjournalismus gezeichnet. Stimmen Sie ihm zu?

Ich teile seine Ansicht nur sehr bedingt. Also ja, Medienjournalismus ist Nischen-Journalismus. Und ja, er ist in den vergangenen Jahren vor allem in den klassischen Medien massiv abgebaut worden. Aber was man nicht übersehen darf, ist, dass auf der anderen Seite auch sehr viel aufgebaut worden ist. Es gibt eine ganze Reihe von Diensten, von Blogs, von Fachinformationen online, die sich gerade auch mit dem Bereich Social Media im weitesten Sinne beschäftigen. Es geht um die Frage, wie Menschen Medien konsumieren. Und damit befassen sich Journalist*innen eigentlich relativ viel.

Das hat eben nicht mehr so einen festen Platz wie früher eine Rubrik wie »Medienjournalismus«.

Ist der in den vergangenen Jahren zunehmende Abbau von medienjournalistischen Ressorts in Verlagen und Medienhäusern ein Problem?

Ich finde es ein großes Problem, dass es in vielen größeren Redaktionen tatsächlich keinen Medienjournalismus mehr gibt. Da geht es gar nicht darum, ob es eine spezielle Seite, ein spezielles Ressort gibt, sondern dass man überhaupt auf den Bereich Medien schaut. Das ist bei den großen Zeitungen und Zeitschriften noch der Fall, auch wenn sie nicht immer ein eigenes Ressort dafür haben. Es gibt ja zum Beispiel auch Medienjournalismus bei den öffentlich-rechtlichen Sendern. Und den gab es zum Beispiel in den 1980er- und 1990er-Jahren in dieser Form nur sehr viel geringer als heute. Das hat durchaus zugenommen. Da muss man nicht nur auf ZAPP gucken. Es gibt im Radio eine ganze Reihe von sehr guten Medien-Sendungen. Also, da ist was erkannt worden und davon würde ich mir tatsächlich mehr wünschen.

Wozu führt es, wenn durch die Abnahme des Medienjournalismus weniger Selbstkontrolle innerhalb der Profession stattfindet?

Ich sehe das durchaus negativ. Gerade dadurch, dass wir als Journalist*innen nicht mehr die einzigen Gatekeeper*innen sind, wäre es eigentlich umso wichtiger, kritisch auf die eigene Profession und alles drumherum zu schauen. Gerade auf diesen Social Media-Bereich, in dem sehr viel Falschinformationen, sehr viel Propaganda, sehr viel einseitige In-

te hochgespült werden. All diese Geschichten müssten kritischer beleuchtet werden. Und das fehlt auf jeden Fall.

Braucht nicht auch das breite Publikum einen Medienjournalismus, der ein Grundverständnis für die Medienwelt vermittelt, um den rezipierten Journalismus kritisch einordnen zu können?

Genau das ist das große Problem. Also ich sag mal, früher, als ich einfach mal eine Tageszeitung zum Frühstück bekommen habe und die aufgeschlagen habe, da konnte ich mich im Großen und Ganzen darauf verlassen, dass das, was da steht, stimmt. Also die Redaktion kannte ich im Zweifelsfall, die Zeitung kannte ich seit Jahren, die wurde schon

Selbst beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk, dem ich ja selbst 25 Jahre angehört habe, könnte man manchmal noch sehr viel tiefer gucken.

von meinen Eltern gelesen und so weiter. Und man war sehr viel näher dran, weil es ja ganz stark um Regionales ging. Heute kommen ganz viele Informationen irgendwoher und die Menschen können nicht mehr einschätzen, was eine vertrauenswürdige Quelle ist und was nicht. Und da, finde ich, liegt einiges im Argen. Da müssten auch wir uns als Journalist*innen und auch gerade als Medienexpert*innen an die eigene Nase packen und sagen: Was tun wir eigentlich, um Kompetenzen zu vermitteln? Wie unterscheide ich Quellen? Da passiert zu wenig.

Medienjournalismus ist unbequem und als Journalist*in gilt man schnell als »Nestbeschmutzer«. Wie groß ist das Interesse an einem kritischer Medienjournalismus innerhalb der eigenen Branche wirklich?

Das ist groß. Aber es sollte nicht so sehr um die Beschäftigung mit »wir über uns« gehen, sondern Medienjournalismus muss das Publikum im Auge haben.

Reagieren Journalist*innen nicht vielleicht auch mal empfindlicher, wenn es um die eigenen Fehler oder Missstände in der eigenen Branche geht?

Nein, wenn es eine gute und fundierte Recherche ist, die auf Fakten beruht und sachlich dargelegt wird, glaube ich nicht, dass die Empfindlichkeit größer ist.

In der Breite wird der Medienjournalismus weniger. Wie sieht es bei der Tiefe der Recherchen aus?

Ich finde, dass es sehr viele tiefgreifende Recherchen gibt. Manchmal ist es mir sogar zu detailliert. Aber was mir fehlt, ist die Breite der Themen. Also gerade das Beispiel Springer ist sehr beliebt. Da stürzt sich alles drauf. Aber mal auf die Südwestdeutsche Medienholding zu gucken, zu der die Süddeutsche Zeitung gehört und die Stuttgarter Zeitung, die seit Jahren ein irres Sparprogramm fahren. Oder auf den Focus, auf den Burda Verlag generell, wo es ganz schwierig ist zu recherchieren und etwas herauszufinden. Das fehlt mir auch. Selbst beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk, dem ich ja selbst 25 Jahre angehört habe, könnte man manchmal noch sehr viel tiefer gucken und vielleicht mal in Unterlagen reinschauen, die durchaus zugänglich sind wie Geschäftsberichte. Um herauszufinden, wo eigentlich manche Gelder versacken. Es gäbe viele, viele Themen, die man recherchieren könnte. Es fehlt aber an Zeit und Kapazitäten.

Wo sehen Sie das Potenzial von medienjournalistischen Podcasts?

Ich würde mir wünschen, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk neben den Angeboten der einzelnen Sender einen übergreifenden Pod-

cast macht, wo wir erklären, wie Journalismus funktioniert. Wir Journalist*innen für das Publikum. Ich finde, wir müssen viel, viel mehr erklären. Wie kommen Themen in eine Sendung, wie entsteht eine Nachricht? Welche Protagonist*innen interviewen wir? Warum laden wir bestimmte Leute ein oder nicht ein? Warum wird ein Thema so hochgefahren und geht dann wieder verloren? Warum werden andere Themen nicht gemacht? Also ich glaube, das wäre wertvoll für unser Publikum, denn das Nichtwissen, wie Journalismus funktioniert, ist beängstigend. Es wäre aber auch hilfreich für uns selbst, als Journalist*innen. Es wäre für alle eine Bereicherung. Das würde ich mir tatsächlich wünschen im Medienjournalismus, dass Kolleg*innen, die jetzt nach mir das Thema bearbeiten, es schaffen, so eine Art übergreifenden Podcast ins Leben zu rufen, der dann vielleicht auch entsprechende Resonanz hätte und, ganz wichtig, auch Transparenz für unsere Arbeit schaffen würde.

Sie sind jüngst in den Ruhestand gegangen und überlassen das medienjournalistische Feld nun anderen. Gehen Sie mit einem guten Gefühl?

Ich bin da zuversichtlich. Ich sehe immer auch junge Kolleg*innen, gerade im Bereich Social Media, die da wirklich super Kompetenzen haben und sich darauf stürzen. Es ist schon interessant, die großen Linien zu ziehen, ohne die Perspektive »Früher war alles besser«. Da war vieles ganz bestimmt anders, aber es war nicht alles besser. Und von daher ist einfach zu hoffen, dass auch bei den Verantwortlichen das Bewusstsein bleibt, egal ob das Chefredakteur*innen bei Print oder beim Rundfunk sind, dass die Beschäftigung mit der eigenen Branche relevant ist. Es wird ja immer so schön gesagt: Medien sind wichtig für die Demokratie. Dann ist auch Medienjournalismus wichtig für die Demokratie.

Die Fragen stellte **Clara Veihelmann**.

Impressum

Nestbeschmutzer. Zeitung zur Jahreskonferenz 2023 von Netzwerk Recherche e.V.

Eine Produktion mit Master-Studierenden der Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Hamburg für Netzwerk Recherche e.V.
Berlin/Hamburg, Juni 2023

Herausgeber

Herausgegeben von Netzwerk Recherche e.V.
Greifswalder Str. 4
10405 Berlin
www.netzwerkrecherche.org
Daniel Drepper (V.i.S.d.P.)

Projektleitung

Prof. Dr. Volker Lilienthal, Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur für Praxis des Qualitätsjournalismus an der Universität Hamburg

Redaktionsleitung

Malte Werner

Redaktion

Katharina Bellstedt, Mengyu Cao, Yannik Damerau, Annabelle Dzubilla, Clara Fischer, Greta Gruber, Stella Lueneberg, Anne-Kathrin Oestmann, Larissa Scheidt, Hannah Scherf, Mate Sieber, Lea Sommer, Leonie Urbanczyk, Katharina van de Sandt, Clara Veihelmann

Gestaltung und Layout

Ute Lederer

»Ich operiere, was kommt«

Für seine Live-Interviews ist Armin Wolf über Ländergrenzen hinweg bekannt. Warum der mehrfach preisgekrönte österreichische Fernsehmoderator trotzdem an den meisten seiner Interviews scheitert, wie angriffslustig Journalistinnen und Journalisten heutzutage sein sollten und welche zwei Dinge für ein Interview wirklich wichtig sind.

Herr Wolf, ein Kollege von Ihnen hat gesagt, man könne ein gelungenes Interview mit einer guten Soße vergleichen. Welche Zutaten dürfen Ihrer Meinung nach nicht fehlen?

Ich würde das gar nicht so vergleichen. Ein gutes Interview ist ein Interview, nach dem man mehr über das Thema oder die Person weiß als vorher und sich dabei möglichst nicht gelangweilt hat.

War das denn nun eine gelungene Einstiegsfrage?

Für jemanden wie mich, der nicht kochen kann: Nein. (lacht)

Interview ist ja auch Handwerk, also Vorbereitung. Wie findet man einen neuen Dreh für ein Interview mit Personen, die schon x-mal interviewt wurden?

Indem man diese Interviews zuvor alle gelesen hat und sich überlegt, für wen man das Interview überhaupt macht. Selbst einer Person, die

Die wichtigsten Fragen sind immer die, von denen Sie glauben, dass Ihr Publikum sie stellen würde.

schon hundertmal interviewt worden ist, müssen Sie keine extrem originellen Fragen stellen, wenn Sie für ein Publikum interviewen, das mutmaßlich den allergrößten Teil dieser Interviews nicht kennt. Die wichtigsten Fragen sind immer die, von denen Sie glauben, dass Ihr Publikum sie stellen würde.

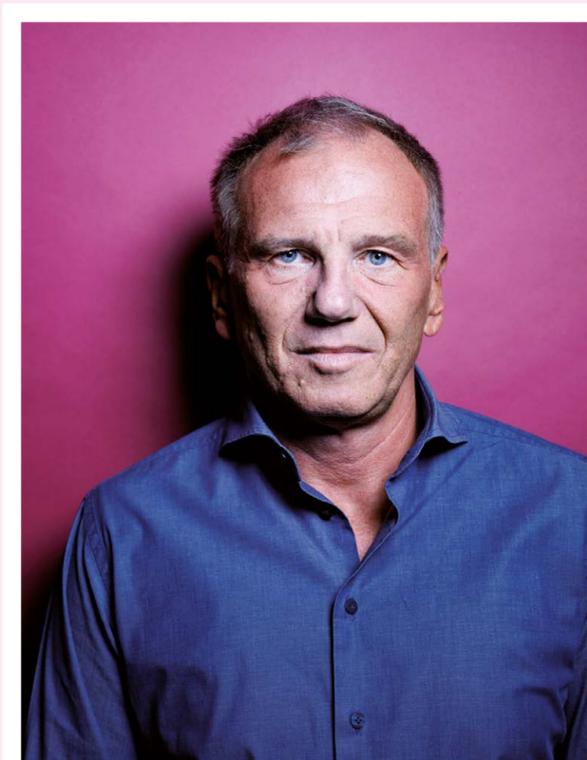


Foto: Peter Rigaud

Wie gelingt es, Ihre Interviews in der ZIB 2 für Jung und Alt informativ und interessant zu gestalten?

Schwierig, aber die ZIB 2-Zuseher*innen haben trotzdem etwas gemeinsam: Sie sind grundsätzlich an Politik oder am aktuellen Zeitgeschehen interessiert. Da ist das Alter schon wieder weniger wichtig. Eigentlich geht es aber mehr um das Thema. Wir reden im Normalfall mit wichtigen politischen Entscheidungsträger*innen oder mit Menschen aus Wirtschaft und Kultur, schon relativ breit, nicht super speziell. Die Altersfrage ist bei einem Aspekt wichtig: Ältere Zuseher*innen hassen es, wenn ich unterbreche, Jüngere finden es amüsant.

Inwieweit darf ein journalistisches Interview auch unterhaltend sein?

Es stört nicht, wenn ein Interview unterhaltend ist, aber es muss zum Thema passen. Was ein Interview nicht soll, ist langweilen. So verlieren Sie ihr Publikum sehr schnell und dann können Sie genauso gut zu einer Wand sprechen oder Tagebuch schreiben – das ist nicht der Sinn der Sache. Insofern ist es wichtig, jedes journalistische Format so aufzubereiten, dass es Menschen nicht offensiv langweilt.

Wie gehen Sie in einer Live-Sendung damit um, wenn Sie mit Fakten konfrontiert werden, deren Wahrheit Sie ad hoc nicht überprüfen können?

Schwierig und unangenehm. Das sollte so selten wie möglich passieren und deswegen gibt es für ein Interview nur zwei Dinge, die wirklich wichtig sind: Vorbereitung und Zuhören. Falls es trotzdem einmal pas-

Seit ich die Sendung moderiere, habe ich an die 3.000 Interviews gemacht und bin mit genau zwei davon zufrieden. Bei allen anderen würde ich etwas anders machen, wenn ich die Chance dazu hätte.

siert und ein*e Interviewpartner*in etwas herauszieht, das Sie in der Vorbereitung nicht finden konnten und das möglicherweise gar nicht stimmt, können Sie im Normalfall nur sagen, dass Sie das jetzt nicht überprüfen können, und müssen einfach weiterfragen.

Sie sind dafür bekannt, die Gegenposition einzunehmen, um Politiker*innen aus der Reserve zu locken. Wie reagiert man, wenn sich Interviewpartner*innen in Widersprüchen verstricken?

Darauf hinweisen. Das ist ja mitunter ein Ziel des Interviews. Ich mache eine sehr spezielle Form von Interview mit wichtigen Entscheidungsträger*innen. Dabei geht es darum, deren Positionen kritisch zu hinterfragen, Gegenargumenten und Widerspruch auszusetzen, damit sie nicht nur etwas verkünden, sondern es auch argumentieren müssen. Das Publikum kann sich dann überlegen, ob es das überzeugend findet. Wenn es also Widersprüche gibt, muss man diese im Gespräch herausarbeiten.

Während des Interviews: Achten Sie eigentlich auch auf die Körpersprache Ihres Gegenübers, auf dessen Mimik, die ja anzeigen kann, ob sich dessen Stimmung verdüstert?

Idealerweise würde man das – ich kann es leider nicht. Es überfordert mich. Ein Live-Interview ist eine sehr stressige Geschichte, weil Sie währenddessen so viele inhaltliche Entscheidungen treffen müssen. Ich bin froh, wenn es mir gelingt, sehr aufmerksam zuzuhören, inhaltlich durchzubringen, was ich mir vorgenommen habe, und trotzdem mitzubekommen, wenn etwas anders läuft, als ich es mir vorgestellt habe. Ich bin so auf den Inhalt konzentriert, dass ich nicht mitkriege, wenn beispielsweise ein Interviewpartner auf seinem Sakko-Revers irgendeinen Sticker trägt. Manchmal fragt mich meine Frau nach der

Sendung: »Was war das denn?« und ich habe es nicht einmal bemerkt. Der Stress ist vermutlich auch ein Grund, warum die meisten Interviews scheitern.

Das sagen Sie über ihre eigenen Interviews auch, obwohl Sie einer der erfolgreichsten Fernsehmoderatoren im deutschsprachigen Raum sind. Ist das Koketterie?

Das ist überhaupt keine Koketterie, ich scheitere an praktisch allen Interviews. Seit ich die Sendung moderiere, habe ich an die 3.000 Interviews gemacht und bin mit genau zwei davon zufrieden. Bei allen anderen würde ich etwas anders machen, wenn ich nochmal die Chance dazu hätte. Manchmal sind es fünf Prozent, also vielleicht eine Frage oder eine Antwort, bei der ich früher oder später unterbrechen würde. Manchmal würde ich gerne 50 oder 60 Prozent des Interviews anders machen. Ich muss da ja in kurzer Zeit sehr viele Entscheidungen treffen. Und leider sind praktisch nie alle richtig. Aber da gilt die Devise von Samuel Beckett: »Try. Fail. Try again. Fail again. Fail better.« Deshalb wird es auch nie langweilig.

Also würden Sie sagen, dass zu einem guten Interviewer ein gewisser Grad an Perfektionismus gehört?

Ich glaube, zu allem, was Sie wirklich gut machen wollen im Leben, gehört ein gewisser Grad an Perfektionismus, sonst werden Sie zu schnell zufrieden sein.

Wie steht es um Ihre eigenen Emotionen? Führen Sie bessere Interviews, wenn Ihnen die Person sympathisch ist oder andersherum?

Das darf in meiner Arbeit überhaupt keine Rolle spielen und ist auch nicht so schwer. Es gibt sehr viele Berufe, in denen das so ist: Jeder Arzt und jede Ärztin müssen ihre Patient*innen so gut wie möglich behandeln, völlig egal, ob sie diese wahnsinnig nett oder unsympathisch finden. Wenn Sie das nicht können, dürfen Sie nicht Arzt oder Ärztin werden und das ist in meinem Job nicht anders. Ich operiere, was kommt.

Sie haben wiederholt gesagt, Harmonie sei nicht der Schlüssel zum Erfolg der Demokratie, sondern die Auseinandersetzung, der Streit. Um des lieben Friedens willen – sollten wir in Interviews vielleicht angriffslustiger sein?

Für das, was ich mache, nämlich kontroverse Interviews, wäre ein besonderes Harmoniebedürfnis tatsächlich ganz falsch. Es gibt ja auch Kolleg*innen, denen diese Form nicht besonders liegt, weil sie eben harmoniebedürftig sind und nicht sehr gerne hart diskutieren oder streiten. Mir hat das immer Spaß gemacht und darum glaube ich, kann ich das, was ich mache, auch halbwegs gut. Wenn man daran keinen Spaß hat, ist es wahrscheinlich schwierig. Müssen Journalist*innen grundsätzlich angrifflicher werden? Das kommt darauf an, was sie machen. Ich finde, dass im politischen Journalismus Kritik und Skepsis extrem wichtig sind. Allerdings geht es auch darum, wie man streitet. Nur durch möglichst konstruktive, intelligente und sachkundige Auseinandersetzungen werden wir uns durch bessere Argumente weiterentwickeln können.

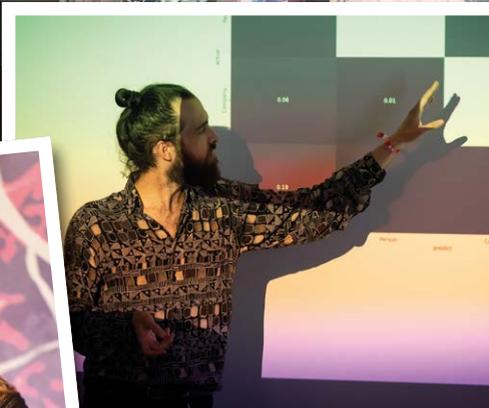
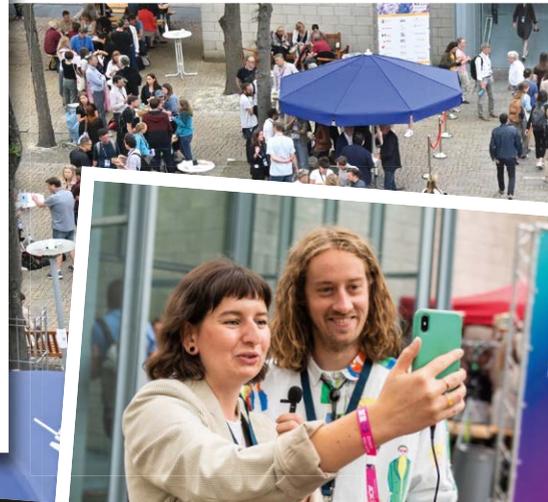
Die Fragen stellte Katharina van de Sandt.

Im Pad findet ihr Tipps und Links aus den Sessions:

nrch.de/pad23

Sessions verpasst? Hier geht's zu den Streams:

nrch.de/nr23live



Fotos: Nick Jaussi, Raphael Hünerfauth & Wulf Rohwedder