



## Aufstrebend

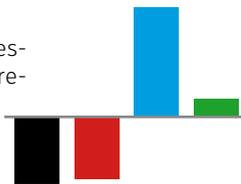
Start-ups sorgen im Journalismus für längst überfällige Innovationen. Nicht immer muss dafür das Rad neu erfunden werden. **Seite 7**

## Anonym

Wie können Journalisten in Zeiten digitaler Überwachung sich selbst und ihre Quellen schützen? Zwei Antworten: Verschlüsselung und Darknet. **Seite 5**

## Ausgezählt

Wahlumfragen sind wichtige Gradmesser – wenn man sie richtig interpretiert. Daran hapert es oft. Hier ein paar hilfreiche Tipps. **Seite 6**



## Haltung und Hartnäckigkeit

Der Leuchtturm-Preis als Ermutigung und Anerkennung für ORF-Moderator Armin Wolf und ein Ehrenleuchtturm für alles, was Hans Leyendecker in fünf Jahrzehnten im Journalismus geleistet hat. **► Seite 3**

# #FreeDeniz – Damit's nicht beim Hashtag bleibt

Der Auftakt zur nr-Konferenz steht im Zeichen von Solidarität und Aktivismus – für inhaftierte Journalisten in der Türkei und auf der ganzen Welt.

Im Programmablauf der diesjährigen Jahreskonferenz von netzwerk recherche steht hinter dem ersten Punkt Begrüßung „Rede 1: Deniz Yücel (angefragt)“. Doch der Journalist ist in der Türkei inhaftiert. Statt seiner sprachen zahlreiche Kollegen zum Auftakt – allen voran eine gute Freundin.

„Wir alle dürfen nicht nachlassen, müssen weiter solidarisch sein“, forderte die taz-Journalistin Doris Akrap am Ende des ungewöhnlichen, aber bewegenden Auftakts zur #nr17. Mit zwölf namhaften Kollegen, darunter Spiegel-Chefredakteur Klaus Brinkbäumer, Anja Reschke von „Panorama“ und Tagesthemen-Moderator Ingo Zamperoni, verlas Akrap einen offenen Brief an ihren Kollegen und Freund Deniz Yücel, der seit Jahresbeginn in einem türkischen Gefängnis sitzt.

„Auch du warst schon auf der nr-Jahreskonferenz zu Gast. Hast diskutiert und zugehört, gestritten und gelacht“, erinnerte Gemma Pörzgen von Reporter ohne Gren-

zen. Der Brief der Kollegen war auch der deutschen Journalistin Meşale Tolu gewidmet, die seit einigen Wochen ebenfalls inhaftiert ist – gemeinsam mit ihrem zweijährigen Sohn. Wie Yücel wird Tolu unter anderem Terrorpropaganda vorgeworfen.

## 350 eingesperrte Journalisten

Yücel und Tolu seien „zwei von derzeit über 350 Kolleginnen und Kollegen, die in rund 40 Ländern eingesperrt sind“, fasste der Filmemacher Stephan Lamby das Schicksal vieler Journalisten weltweit zusammen. Dass allein in den letzten 18 Monaten

mehr als 90 Kollegen getötet wurden, nannte er „eine schreckliche, eine empörende Bilanz“.

Zwar schütze die Pressefreiheit Journalisten nicht vor Gewehr- und Bomben in Krisen- und Kriegsgebieten, ergänzte Jupp Legrand von der Otto-Brenner-Stiftung. „Wenn aber staatliche Behörden und Regierungen diese Freiheit nicht schützen, dann kann es überhaupt keinen Schutz mehr geben.“

Große Geste, starke Worte: Namhafte Journalisten-Kollegen verlesen offenen Brief an inhaftierten Deniz Yücel.



## LEIDEN SCHAFFT RECHERCHE

### Nestgezwitscher

Das Beste zu #nr17 auf Twitter

Jens Twiehaus @JensTwiehaus  
Also ich weiß, wer heute beim #nr17 keine Hof-Pommes zusammen isst.  
[@ekirsche](#) [@Gerdbillen](#)

1 retweet 7 likes

Peter Jebesen @pjebesen  
.@Jochen: Das ist so der Gospel vom Plöchinger. @ploechinger: Wir wurden aufgefordert, einen Konflikt zu inszenieren. #nr17

2 retweets 5 likes

(((Nea Matzen))) @Nea\_Matzen  
Super, unser Team in der Konferenzredaktion #nr17 freut sich über Position 1 bei den Trending Topics @madamekann @Sven-Husung @\_arianebutzke

3 retweets 6 likes

netzwerk recherche @nrecherche  
In 30 Minuten ist wieder Zeit für Pommes-Pause! #nr17 #team-pommes #pommes #ketchup #majo #schränke



2 retweets 7 likes



In Zusammenarbeit mit dem Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Hamburg und MESSAGE, der internationalen Zeitschrift für Journalismus



Weitere Informationen zur Konferenz, aktuelle Berichte und Fotos finden Sie unter [nrch.de/nr17](http://nrch.de/nr17)



@nrecherche #nr17

Dabei, stellte Sportjournalist Hajo Seppelt klar, sei Pressefreiheit „keine Geschmacksfrage!“ Vielmehr sei sie ein in der UN-Charta von 1948 verbrieftes Recht.

Nicht nur die eindrucksvolle Solidaritätsbekundung zu Konferenzbeginn, auch eine ungewöhnliche publizistische Allianz in Deutschland macht deutlich, was auf dem Spiel steht. „Von der Bild bis zur taz, von der Welt bis zur Jungle World“, fasste die 1. nr-Vorsitzende Julia Stein zusammen. So stand der Konferenz-Auftakt

**„Deniz vorzuwerfen, dass er selbst Schuld sei, ist wie einer sexuell missbrauchten Frau vorzuwerfen, einen Minirock getragen zu haben.“**

im Zeichen von Solidarität – und Aktivismus. Die Redner auf dem Podium – und das laut und lang applaudierende Publikum – machten sich mit den Schicksalen ihrer Kollegen gemein.

Scheinbar ein Gegensatz zum berühmten Bonmot von Hanns Joachim Friedrichs: „Distanz halten, sich nicht gemein machen mit einer Sache, auch nicht mit einer guten, nicht in öffentliche Betroffenheit versinken, im Umgang mit Katastrophen cool bleiben, ohne kalt zu sein.“ Oder zum nr-Medienkodex, in dem es heißt: „Journalisten machen keine PR“. Auch keine Krisen-PR in Form von Autokorsos und Benefiz-Konzerten für einen inhaftierten Kollegen? Also keine Unterstützung für Kampagnen wie #FreeDeniz?

„Kann mein Engagement schaden?“

Als Argument gegen Solidaritätsbekundungen für Yücel oder Tolu oder ein Engagement für die Pressefreiheit taugt das zum journalistischen Mantra geronnene Friedrichs-Zitat nicht. Denn er selbst sagte in eben jenem Spiegel-Gespräch aus dem Jahr 1995 auch, er habe einmal nach einem schweren Erdbeben in Armenien 20.000 Mark gespendet, machte sich also gemein.

Die zahlreichen Journalisten-Aktivisten, die bundesweit für Yücel's Freilassung demonstrieren, treibt viel eher eine andere Frage um: „Kann ich Deniz mit meinem Engagement auch schaden?“ Diesen Zweifel hat Akrap für sich ausgeräumt. In einem offenen Brief an Bundeskanzlerin Angela Merkel stellte Yücel's Vertraute klar, sie jedenfalls könne nicht die Klappe halten und

schweigen. Das wiederholte sie auf der #nr17-Bühne in Hamburg: Sie könne nicht einfach hoffen, dass der türkische Präsident Recep Tayyip Erdoğan Deniz wieder freilässt. „Mir bleibt keine Wahl, außer laut zu sagen, was Sache ist“, sagte die taz-Redakteurin auf der #nr17-Konferenz. Damit ist sie sehr nah bei dem Ausspruch eines anderen bedeutenden deutschen Journalisten – Rudolf Augsteins „Sagen, was ist“.

Auf „Promotion-Tour“

Deshalb sei sie seit Yücel's Verhaftung am 17. Februar 2017 mit Freunden und Kollegen auf „Promotion-Tour“. Seitdem gebe es Autokorsos von Hamburg bis Wien, Lesungen von Frankfurt bis Zürich und Konzerte am Brandenburger Tor. Deshalb sprach Akrap auch Klartext in Richtung der kritischen Stimmen, die es unter deutschen Kollegen durchaus auch gibt: „Deniz vorzuwerfen, dass er selbst Schuld sei, ist wie einer sexuell missbrauchten Frau vorzuwerfen, einen Minirock getragen zu haben.“ Und deshalb sei es auch wichtig, dass sich alle – sie, Kanzlerin Merkel und das Publikum – weiterhin für Deniz einsetzen: „Damit #FreeDeniz kein Hashtag bleibt!“

Text: Leonard Kehnscherper und Micha Lemme

## Editorial

Liebe Leserinnen und Leser des Nestbeschützers!

wer heutzutage Journalistin oder Journalist werden will, kann lange grübeln, was für ein Journalist er eigentlich sein möchte – ein Datenjournalist? Ein VJ? Ein Lokaljournalist? Ein investigativer Journalist? Oder ein investigativer Lokaljournalist? Oder irgendwas mit Leaks? Vor allem gemeinnützig?

**Noch nie war DER Journalismus so vielfältig wie heute.** Zwar unterscheiden sich die Berufsbilder, die Medien und die Finanzierungsmodelle teilweise so stark, dass es auf den ersten Blick keinen gemeinsamen Nenner gibt. Auf den zweiten Blick gibt es aber nur einen einzigen Journalismus – den, der Antworten sucht auf Fragen.

**Heißt: Am Anfang steht die Frage.** So war es immer, so wird es immer bleiben. Egal wie sich der Journalismus entwickelt, wie viel- oder einfältig er wird.

**Heißt auch: Am Anfang steht nicht die Antwort.** Journalisten sind nicht die besseren Antwortgeber. Sie verschätzen sich in ihrer eigenen Wirkung, wenn sie vorschnell über die Welt und ihre Protagonisten richten. Je vielfältiger der Journalismus, desto größer zuweilen der Hang zur Selbstüberschätzung.

**Deshalb: Lasst uns unsere Netzwerk Recherche - Jahreskonferenz nutzen, uns selbst in Frage zu stellen. Stimmt unsere Haltung? Stimmt unser Handwerk? Gemeinsam lernen wir nie aus!**

Eine gute Lektüre wünscht  
Ihre



Julia Stein, 1. Vorsitzende netzwerk recherche

ANZEIGE

Foto: Getty Images / Keystone-France

„Was wäre der SPIEGEL ohne mich?“

Franz Josef Strauß, bayerischer Ministerpräsident, 1986

SEIT 1947

Keine Angst vor der Wahrheit

# Ehrenleuchtturm für „Hänschen“

Der Preis würdigt das Lebenswerk von nr-Gründungsmitglied Hans Leyendecker. Ehrung von Armin Wolf als Zeichen der Ermutigung und Anerkennung für den ORF-Moderator.

**Haltung und Hartnäckigkeit – dafür stehen Armin Wolf und Hans Leyendecker wie nur wenige andere Journalisten. Für ihre besonderen publizistischen Leistungen werden beide von netzwerk recherche mit dem Leuchtturmpreis bzw. einem Ehrenleuchtturm ausgezeichnet.**

Die Beharrlichkeit, mit der sie ans Werk gehen, ist mehr als nur ihr Markenzeichen – sie ist die Grundlage ihrer journalistischen Arbeit. Bei Armin Wolf sind es seine bohrenden Nachfragen, mit denen er im ORF-Nachrichtenmagazin ZiB 2 ausweichende Antworten und hohlen Politsprech seiner Gesprächspartner entlarvt. Wolf sei dabei stets „höflich, aber er insistiert“, hob Laudatorin Franziska Augstein hervor.

„A bisserrl mühsam“

Wolfs Interviewstil ruft immer wieder Kritik hervor. Nicht nur von österreichischen Politikern, die in seiner Sendung keine gute Figur abgeben. Auch Funktionäre seines Senders, die diesen Politikern nahe stehen, gehen seit neuestem öffentlich auf ihn los. So stand jüngst der Vorwurf im Raum, Wolf zersetze die Demokratie und betreibe „destruktiven Journalismus“. Dementsprechend seien die vergangenen Monate „a bisserrl mühsam“ gewesen, sagte der Preisträger.

ger. Umso mehr freue er sich über die Anerkennung aus Deutschland. Der nr-Vorstand würdigt mit dem Preis aber nicht nur Wolfs Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung in Österreich, sondern auch sein unermüdetes Engagement in der Verständigung mit seinen Zuschauern. Drei bis vier Stunden verbringt der Große Kommunikator täglich auf Facebook und Twitter, beantwortet Kommentare bis spät in die Nacht. „Wenn mir jemand ernsthaft schreibt, nehme ich ihn ernst“, erklärt Wolf. Als Journalist beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk sieht er das als seine Pflicht an: „Ich arbeite für diese Leute.“ Für die nr-Vorsitzende Julia Stein „steht er in vorbildlicher Weise für Transparenz und Glaubwürdigkeit im Journalismus.“ Wolf leiste damit außerdem einen wertvollen Beitrag im Kampf gegen den Vertrauensverlust von Medien, sagte sie zur Begründung der Auszeichnung.

„Moralische Institution“

Für den zweiten Preisträger des Tages hatte sich die Jury etwas Besonderes einfallen lassen. Hans Leyendecker, selbst Gründungsmitglied von netzwerk recherche und bekennender Fan von Borussia Dortmund, erhielt seinen Ehrenleuchtturm aus den

Händen von Hans-Joachim Watzke. Der BVB-Geschäftsführer nannte Leyendecker, der seit 2016 offiziell im Ruhestand ist, eine „moralische Institution“. Er habe das „tiefe Gefühl, dass er durch nichts und niemanden korrumpierbar ist“. Für seine journalistischen Glanzleistungen wie der Aufdeckung der Flick-Affäre, des Korruptionsskandals bei Siemens und der von Helmut Kohl angelegten „Schwarzen Kassen“ ist Leyendecker bereits vielfach ausgezeichnet worden. „Fast mehr Titel als der BVB“, scherzte Laudator Watzke.

Den Ehrenleuchtturm verleiht ihm netzwerk recherche in erster Linie für sein Beharren auf sauberem Handwerk sowie seine selbstkritische Haltung. In seiner 50-jährigen Karriere sei „Hänschen“, wie er von den Kollegen liebevoll genannt wird, zu einem Vorbild und einem Mentor für eine ganze Journalistengeneration geworden.

Text: Malte Werner



## LEUCHTTURM

Seit 2002 vergibt netzwerk recherche den Leuchtturm für besondere publizistische Leistungen. Er zeichnet außergewöhnliche Recherchen aus, die für den öffentlichen Diskurs von großer Bedeutung, aber bislang unbeachtet geblieben sind.

Preisträger der vergangenen Jahre:

- 2016:** Can Dündar (Cumhuriyet)
- 2015:** Ulrich Chaussy (BR)
- 2014:** Bastian Obermayer und Uwe Ritzer (Süddeutsche Zeitung)
- 2013:** Michael Obert und Moises Saman; Sonderpreis an Jochen Wagner
- 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; Sonderpreis für Bildblog.de

## DEBATTE

# (K)eine Bühne für die AfD?

Die Einladung von netzwerk recherche an Alexander Gauland hat die Diskussion zum Umgang mit der rechtspopulistischen Partei neu entfacht. Ein Stimmungsbild.



Einladungen an Dieter Stein von der Jungen Freiheit im vergangenen Jahr, nun Alexander Gauland und nächstes Jahr dann an Björn Höcke? Das kann nicht der richtige Weg des investigativen Journalismus im Umgang mit Rechts sein. Für eine so wichtige Tagung würde ich mir wünschen, verstärkt an neuen Konzepten zum Umgang mit Menschen- und Demokratiefeinden zu pfeilen und zum Beispiel Wissenschaftler und Präventionsexperten einzuladen, nicht aber gefährliche Anheizer des sozialen Unfriedens. Eine schonungslose Selbstreflexion unserer Medienarbeit ist aus meiner Sicht mehr als erforderlich.

von Andrea Röpke, Expertin für Rechtsextremismus



Es kann im Journalismus nie nur darum gehen, über Menschen zu sprechen. Es muss immer auch darum gehen, mit ihnen zu sprechen! Das ist im Übrigen ein zentraler Anspruch der Jahreskonferenz von netzwerk recherche. Wer den Hang zum Richtigen hat, so wie der Journalismus, darf sich einer Auseinandersetzung nie entziehen! Die AfD sitzt in den Parlamenten, sie ist Teil unseres politischen Alltags und sie wird so schnell nicht wieder gehen. Erst recht nicht, wenn wir sie ignorieren.

von Julia Stein, 1. Vorsitzende netzwerk recherche



Die AfD ist erfolgreich und kompliziert. Sie verbindet klassische konservative mit neurechten, völkischen, extrem rechten Positionen. Sie gibt sich als Opfer der Medien und profitiert doch erheblich von den medialen Reflexen - und von der behaupteten Opferrolle. Selbstverständlich ist es interessant, richtig und wichtig, mit einem ihrer führenden Vertreter über all das zu reden; ihm kritische Fragen zu stellen und seine Antworten zu hören, gerade auf einem Kongress mit und für Journalisten. Was denn sonst?

von Stefan Niggemeier, Medienjournalist



Erstens: Neugier gehört zu den Kerntugenden von Journalisten. Warum sollte man sie ausgerechnet bei einer Partei unterdrücken, die erstmals in den Bundestag einziehen kann. Zweitens: Die Weigerung, mit der AfD zu reden, würde der Partei einen großen Gefallen erweisen - ihrem Opfer-Mythos reichlich Nahrung geben. Daher: Ich freue mich auf das Gespräch von drei kritischen Journalisten mit Alexander Gauland. Welche Fragen haben sie an ihn, welche Argumente hat er? Was wird passieren auf der Bühne? Ich bin neugierig.

von Stephan Lamby, Autor und Produzent

10:45 – K1

„Populisten“ und „Lügenpresse“

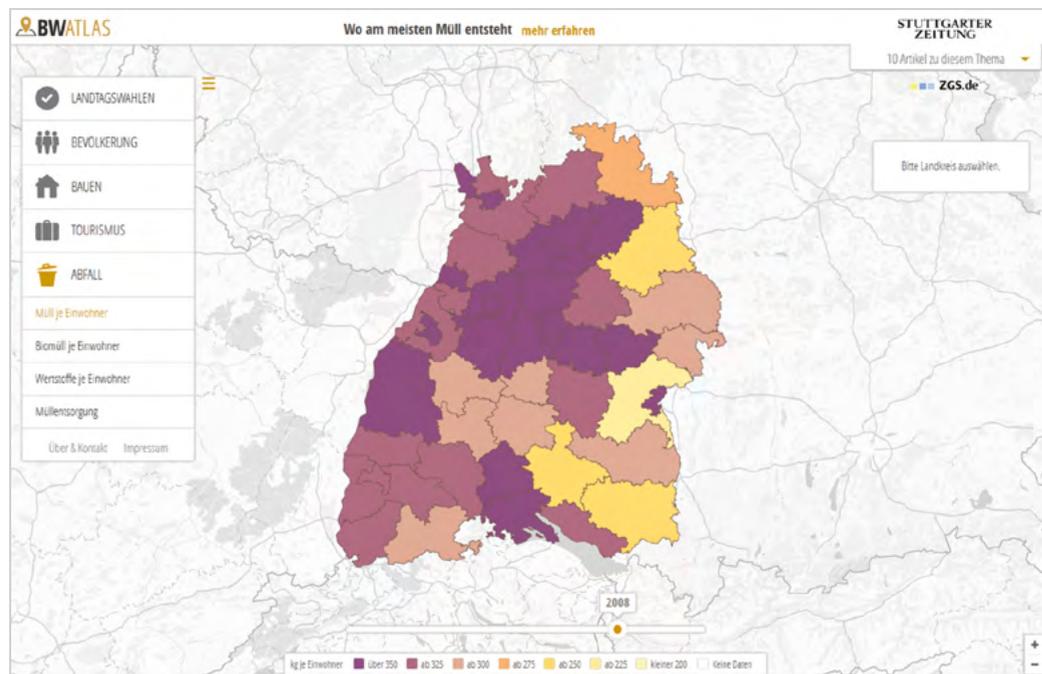
Die AfD und die Medien

Alexander Gauland, Stefan Weigel, Melanie Amann, Kai Gniffke



# Zahlen statt Gerüchte

Datenjournalismus stellt besonders Lokalredaktionen vor große Herausforderungen. Oft fehlen Zeit, Personal und technisches Know-how. Doch die Mühe lohnt sich.



Der Baden-Württemberg-Atlas der Stuttgarter Zeitung ist ein aufwendig produziertes, interaktives Datenprojekt. Die Nutzer können Zahlen zu fünf Themen nach Landkreisen geordnet abrufen. Außerdem ist es möglich, Entwicklungen mehrere Jahre zurückzuvollziehen.

## Was verschweigt die Polizei? Wo türmt sich der Müll? Wo fällt am häufigsten der Unterricht aus? Vier Beispiele aus dem Lokaljournalismus zeigen, wie mit Daten spannende Geschichten erzählt werden können.

„Eine Zeitung, die nicht datenjournalistisch arbeitet, verschläft die Zeit“, warnt Stefan Wirner. Der Redakteur ist Leiter des Magazins drehscheibe, das Ideen für Lokaljournalisten bündelt. Und für Datenrecherche brauche es „Manpower“. Oft scheitere es im Lokalen aber daran, Reporter wochenlang dafür freizustellen, sagt der investigative Welt-Reporter Lars-Marten Nagel, der auf Datenrecherchen spezialisiert ist.

### Stärkere Leser-Blatt-Bindung

Ein weiteres Problem: Im Vergleich zu Sportseiten, dem Vermischten und Verbraucherhinweisen rentierten sich Datenprojekte nie, gibt Nagel zu bedenken. „Der Mehrwert datenjournalistischer Geschichten liegt nicht in brutaler Auflage, sondern darin, den Markenwert zu steigern.“ Glaubwürdigkeit und Leser-Blatt-Bindung seien der Gewinn. Das bestätigt auch Susanne Riese von den Ruhr Nachrichten (RN, Auflage 109.100 Exemplare): Es bringe zwar keine neuen Abonnenten, aber die Leserbindung sei durch ein datenbasiertes Projekt zum Unterrichtsausfall in Dortmund deutlich gestiegen. Zumindest hätten 526 Schüler, Eltern und Lehrer über Wochen hinweg eine eigens programmierte Datenbank mit Informationen über ausgefallene Schulfächer gefüllt. Dadurch beruhen die Texte zum Thema nicht mehr auf Einzelfällen oder Gerüchten, sondern auf Daten. Beim Unterrichtsausfall-Check konnte sich die Crowd gegen-

seitig korrigieren. Jeder Schule wurden die Daten zum Überprüfen vorgelegt.

### Multimedia für junge Leser

Die Erfassung der Daten und die Programmierung entsprechender Systeme stellt für RN-Redakteurin Riese das größte Problem für lokale Datenjournalisten dar. Nur durch die Unterstützung der Softwareentwickler und Grafikdesigner des Recherchezentrums Correctiv sei das Projekt realisierbar gewesen.

Beim nächsten Daten-Projekt würde die Redakteurin gerne noch stärker multimedial arbeiten, denn sie ist sich sicher: Durch eine gezielte Ansprache von jungen Lesergruppen in sozialen Netzwerken – mithilfe von Videos und Audios – wäre das Echo bei Lesern und Kollegen noch besser gewesen.

### Klein anfangen

„Lokalzeitungen sollten bei Datenprojekten klein anfangen“, rät Welt-Reporter Nagel. So seien sie für jede noch so kleine Redaktion umsetzbar. Kornelia Sojka hat diesen Rat befolgt und für die kleine Emdener Zeitung (Auflage 10.000 Exemplare) die eigene Stadt in Zahlen erfasst.

Die größte Hürde für das Projekt war laut der Lokalredakteurin die Zeit. Es habe Wochen gedauert, bis die richtigen Daten recherchiert waren. Manche wurden nie geliefert, wie Zahlen zu Drogenrückständen im Abwasser. Außergewöhnliche Daten hat Sojka trotzdem gefunden: die Anzahl der Lamborghini oder der Halter von Wirbeltieren, die unter die

Daten wollen nicht nur recherchiert und adäquat präsentiert, sondern auch erklärt werden. „Ein Balkendiagramm erzählt noch keine Geschichte“, sagt Wirner von der drehscheibe. Vor ähnlichen Problemen stand Bernhard Knapstein von der Böhme Zeitung (Auflage 10.400 Exemplare): Wie gehe ich offen an Daten heran, interpretiere sie korrekt und stelle sie in den richtigen Zusammenhang?

### Weiterdrehe bis auf Bundesebene

Knapstein hat für das niedersächsische Verbreitungsgebiet der Böhme Zeitung die Presstexte der ortsansässigen Polizei untersucht. Die Interpretation sei eine besondere Herausforderung gewesen: Die Mitteilungen seien teils kryptisch, teils humorvoll, teils verkürzt

dargestellt gewesen. Knapstein vermutete, dass die Polizei nicht alle Delikte gleich behandelte, manche Straftaten sogar verschwiege, und so eine falsche Realität skizzierte. „Die größte Arbeit fand am Rechner statt und lag in der puren und vollständigen Auswertung massenhaft vorhandener digitaler Datensätze“, sagt der Lokalredakteur. Was vielen Datenrecherchen gemein ist: In den Daten verstecken sich zahllose Möglichkeiten zur Weiterdrehe, die nicht im Lokalen enden müssen. Im Fall der Böhme Zeitung führte Knapstein das Projekt über die Landes- bis zur Bundesebene weiter.

### „Rahmen stecken“

Daten liegen in Massen vor, unzählige Geschichten können daraus entstehen und erzählt werden. Daher sei es ausschlaggebend, Datenprojekte gut zu planen, sagt Stefanie Zenke, Leiterin des Ressorts Multimediale Reportagen bei der Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten (Auflage 171.700 Exemplare).

Es sei wichtig, sich einen Rahmen zu stecken und abzugrenzen, was eigentlich gezeigt werden solle. „Ansonsten wird es maßlos“, warnt die Stuttgarter Redakteurin. In ihrem Fall bedeutete das, für das Projekt Baden-Württemberg-Atlas zunächst nicht mehr als fünf Kategorien aus dem Ländle zu recherchieren: Bevölkerung, Bauen, Tourismus, Landtagswahlen

und Abfall. In einer eigens entwickelten interaktiven Karte können User nun beispielsweise herausfinden, in welcher Gemeinde am meisten Müll produziert wird und die Müllmengen mit zurückliegenden Jahren bis 1990 vergleichen.

„Redakteure müssen sich die Zeit für solche Projekte aus den Rippen schneiden“, sagt Zenke, die derzeit an einer thematischen und technischen Erweiterung des BW-Atlas arbeitet. Dabei sei Rückendeckung von der Chefebene genauso wichtig wie eine gut organisierte Redaktion. Hilfreich sei zudem ein eigenes Ressort für Datenrecherchen. „Auch, wenn es zu Beginn nur ein Ein-Frau-Ressort ist.“

Text: Louise Sprengelmeyer und Mira Taylor

### DIE PROJEKTE

-  **Unfreiwillig frei** (Ruhr Nachrichten) Schüler, Eltern, Lehrer und die betroffenen Schulen liefern Daten zum Unterrichtsausfall in Dortmund.
-  **Vermessen** (Emder Zeitung) Die Stadt Emden in Zahlen. Beispiel Verkehr: 47 Ampeln, zwölf Elektroautos und ein Lamborghini.
-  **Polizei-Untersuchung** (Böhme Zeitung) Freund und Helfer unter die Lupe genommen: Was Pressemitteilungen der Polizei nicht sagen.
-  **Kartenmaterial** (Stuttgarter Zeitung/Stuttgarter Nachrichten) Der Schwabe sei sparsam, heißt es. Gilt das auch für seine Müllproduktion?



# Verschlüsselt euch!

Wie man der Überwachung von Journalisten in Deutschland begegnen kann.

**Platz 16 für Deutschland. Kein sehr schmeichelhaftes Ergebnis auf der Rangliste der Pressefreiheit 2017 von Reporter ohne Grenzen. Einer der Hauptgründe für die mittelpächtige Platzierung ist, dass in Deutschland Strafverfolgungsbehörden und Geheimdienste Journalisten überwachen. Die staatlichen Organe sind meist nicht an den Journalisten selbst interessiert, sondern an deren Quellen. Wie kann der garantierte Schutz von Informanten dennoch aufrechterhalten werden?**

## Im Visier?

Wie lässt sich überprüfen, ob man Ziel behördlicher Überwachung ist und wie kann man sich davor schützen? Neben der klassischen Telekommunikationsüberwachung, also beispielsweise dem Abhören von Telefonaten, sei die digitale Überwachung das größte Problem der gesicherten Kommunikation, so Markus Bechedahl von netzpolitik.org. Während im Fall der klassischen Überwachung ein Auskunftersuchen ausreicht, das man an die Sicherheitsbehörden schickt, sei die Überprüfung der digitalen Überwachung, zum Beispiel durch Selektorenlisten von Geheimdiensten, schwieriger aufzudecken. „Besonders die Erfassung und Analyse von Metadaten lässt sich beinahe unmöglich vermeiden. Also wann Sie mit wem kommuniziert haben und mit wem Sie sonst in Beziehungsnetzwerken stehen“, so Bechedahl.

„Verschlüsselte Kommunikation lautet das Zauberwort. Es tut nicht weh, ist leichter als viele glauben, kostet de facto nichts und erhöht deine Sicherheit und die deiner Quellen in so vielen Punkten“, erklärt Maik Baumgärtner, Redakteur beim Spiegel. Jede verschlüsselte Mail mache den Behörden Arbeit und verhindere, dass standardisierte Abhörmethoden aktiviert werden.

## Kameras abkleben

Die vier Tools, die laut Baumgärtner in den Werkzeugkasten eines jeden Journalisten gehören, sind der Messenger

Dienst Signal für das Handy, ein Jabba-Client für den PC, um verschlüsselt Nachrichten senden und telefonieren zu können, PGP (Pretty Good Privacy) für verschlüsselte Mails und die Software von VeraCrypt, um die Festplatte zu sichern. Darüber hinaus sei für das sichere und anonyme Surfen im Netz der Tor-Browser die attraktivste Lösung (s. dazu Text unten).

Wer danach noch immer unsicher ist, der sollte bei Besprechungen auf Mobiltelefone im Raum verzichten, die Kameras seiner Endgeräte abkleben und bei Interviews auf das persönliche Ge-

spräch zurückgreifen, so Martin Knobbe, Baumgärtners Kollege beim Spiegel.

## Wie soll es weitergehen?

Doch auch digitale Funkstille bringt keine vollkommene Sicherheit. „Es gab einen Fall, da hat der russische Geheimdienst eine Schreibmaschine anhand des Klackens der Tasten abgehört“, erzählt Baumgärtner. Auf lange Sicht müsse man die Rechtsprechung so anlegen, dass der Datenschutz und die Privatsphäre gleichsam mit dem technologischen Fortschritt geschützt werden, meint Knobbe. Der Staat tue jedoch alles, um die Utopie einer sicheren, lebenswerten und digitalen Gesellschaft zu verhindern, so Bechedahl. Daher der einhellige Appell an alle Journalisten: Verschlüsselt euch!

Text: Torben Steenbuck



Publikumsmagnet „Darknet“: Referent Daniel Moßbrucker lockte mit seinem Workshop zu Recherchen im anonymen Netz die Massen an.

# Licht im Dunkel

Anonym im Netz: Das Darknet als Zufluchtsort für sensible Informationen.

**Meist taucht der Begriff „Darknet“ in Zusammenhang mit Waffen, Drogen oder Kinderpornografie auf. Jenseits der dunklen Ecken eröffnet das anonyme Netz Journalisten neue Möglichkeiten.**

## Was ist das Darknet?

„Im deutschsprachigen Raum wird das Darknet häufig als neutrale Technologie bezeichnet, die eine sichere Kommunikation ermöglicht und bei der die Nutzer nicht identifiziert werden können“, erklärt Moritz Bartl vom Verein Zwiebelfreunde e.V., der Anonymität, Privatsphäre und Sicherheit im Internet fördert. Dieser Teil des Internet wird nicht von klassischen Suchmaschinen erfasst und kann nur über spezielle Software wie den kostenlosen Tor-

Browser (kurz für: The Onion Router) erreicht werden. „Tor basiert auf dem populären Firefox Browser, ist aber optimiert für Anonymität“, sagt Bartl. Das Tor-Netzwerk besteht aus vielen einzelnen Servern (Knoten). Ruft ein Nutzer eine Website auf, so werden mehrere Server zufällig ausgewählt, um die Verbindung zu verschlüsseln. Für eine Internetseite bestehe so keine Möglichkeit, Profile ihrer Nutzer anzulegen. Gleichzeitig könne man mit Tor sogenannte „Onion Services“ (Zwiebeldienste) betreiben und dort anonym Inhalte für andere Nutzer zur Verfügung stellen.

## Chancen für den Journalismus

Das Darknet eröffnet somit auch für Journalisten diverse Möglichkeiten, vor-

allem in Ländern, in denen das Internet stark überwacht und Menschenrechte wie die Presse-, Informations-, und Meinungsfreiheit eingeschränkt sind. Daniel Moßbrucker, Referent für Informationsfreiheit im Internet bei Reporter ohne Grenzen, sagt: „Im Darknet entziehen sich Journalisten der staatlichen Überwachung. Sie können sich dort mit Informanten austauschen, anonym Daten empfangen oder auf Websites surfen, die in ihrem Land eigentlich blockiert sind.“ Gleichzeitig diene Tor auch zur sicheren Recherche für investigative Journalisten, sagt Datenschützer Bartl. „Wer zu kontroversen Themen recherchiert, möchte nicht, dass das von Werbenetzwerken analysiert oder von Dritten abgegriffen werden kann.“

## So könnten Journalisten das Darknet nutzen

Diese Vorteile machen das Darknet auch für Plattformen wie netzpolitik.org interessant. Gründer und Chefre-

dakteur Markus Bechedahl erklärt, dass er das Tor-Netzwerk vor allem braucht, um anonym zu recherchieren und seine Quellen zu schützen. „Als Journalist hinterlasse ich so weniger Spuren und Informanten können besser und vor allem nicht nachvollziehbar Kontakt zu mir aufnehmen“, sagt Bechedahl. Reporter ohne Grenzen betreibt laut Moßbrucker sogar zwei eigene Knotenpunkte im Tor-Netzwerk, mit denen die Nutzung des Darknets für Journalisten auf der ganzen Welt ermöglicht wird. Für ihn selbst sei vor allem der anonyme Datenaustausch interessant, um nicht auf Dienste wie Dropbox oder WeTransfer zurückgreifen zu müssen. Wie viele Journalisten das Darknet in Deutschland nutzen, lässt sich nicht sagen. Im Zuge des NSA-Skandals und zunehmender Überwachungsbefugnisse für Sicherheitsbehörden steigt jedoch laut Moßbrucker das Bewusstsein für die Notwendigkeit, sich bei der Recherche anonym im Internet zu bewegen.

Text: Lydia Ulbrich



# Vorsicht: Umfrage!

Wahlumfragen sind mehr als nur ein paar Zahlen. Ihre mediale Wirkung kann sogar Wahlausgänge beeinflussen. Grund genug, den Umgang mit ihnen zu beherrschen.

**Die Medien lieben Umfragen. Mit ihnen lassen sich komplizierte gesellschaftliche Strömungen, politische Diskussionen und wirtschaftliche Entwicklungen anscheinend anhand weniger Zahlen darstellen. Aus dem journalistischen Alltag sind die Ergebnisse der Meinungsforscher nicht mehr wegzudenken. Mehr noch: Im Netz starten viele Medien mittlerweile eigene Umfragen.**

Wer diesen Weg geht, sollte wissen, wie komplex die Mechanik einer statistischen Maschine ist, damit sie am Ende belastbare Ergebnisse ausspuckt. Um ein Umfrageergebnis interpretieren zu können, muss man zumindest die Grundelemente der dahinterstehenden Methodik überprüft und verstanden haben. Für Journalisten heißt das: Sie müssen zum einen die Qualität eines Umfrageergebnisses, die Gültigkeit und Reichweite der zugrundeliegenden Daten vor der Veröffentlichung überprüfen. Dazu verpflichten sie die Landespressegesetze, die eine wahrheitsgemäße Berichterstattung verlangen.

## Umfragen bieten Orientierung

Zum anderen müssen Journalisten ihrem Publikum zusätzliche Informationen zur Verfügung stellen, damit dieses die Umfrageergebnisse selbstständig einordnen und interpretieren kann. Dies ist ganz besonders bei Wahlumfragen von Bedeutung, können diese doch den Ausgang einer Wahl maßgeblich beeinflussen. Welche Partei liegt aktuell in Führung? Und wer droht, unter die Fünfprozenthürde zu fallen? Anhand solcher Informationen orientieren sich Menschen bei ihrer Wahlentscheidung, entwickeln Strategien, um einzelne Parteien zu unterstützen, oder versuchen, die allgemeine Stimmungslage einzuschätzen. Welche Kerninformationen über Umfragen von Belang sind, hat der Deutsche Presserat in einer eigen

nen Richtlinie (2.1) im Pressekodex festgehalten. Darin heißt es: Neben dem Auftraggeber einer Umfrage sollen der Zeitpunkt der Befragung, die Zahl der Befragten und die explizite Fragestellung genannt werden. Zudem solle das Publikum Informationen über die Repräsentativität der Befragung erhalten. Diese Anforderungen gelten jedoch nicht immer, erklärt Arno Weyand vom Presserat. In einem Meinungsstück beispielsweise müsse ein Autor nicht jede Umfrage mit Detailinformationen unterfüttern. „Je weiter die Umfrage zum Randaspekt eines Textes wird, umso eher kann man das eine oder andere Detail weglassen“, sagt Weyand.

## Nicht ohne Stichprobenfehler

Auf keinem Fall fehlen dürfen aus Sicht der Statistikerin Sandra Huber die Zahl der Befragten sowie der sogenannte Stichprobenfehler einer Umfrage. Huber, die an der Universität Passau über die Berichterstattung zu Wahlumfragen promoviert, erklärt, dass ein Umfrageergebnis aufgrund des Stichprobenfehlers ein bis drei Prozent von der Realität abweichen kann. Wenn ein Kandidat in einer Umfrage mit 52 Prozent führt, dann liegt die Wahrheit folglich irgendwo zwischen 49 Prozent und 55 Prozent. „Ich halte die Fehlerwahrscheinlichkeit für ein ganz wichtiges Merkmal von Umfragen, das man dem Leser möglichst transparent und plakativ mitteilen sollte“, sagt auch Datenjournalistin Christina Elmer aus der Chefredaktion von Spiegel Online. „Ansonsten können leicht Fehlschlüsse entstehen, beispielsweise dass eine Umfrage bezogen auf ein späteres Wahlergebnis exakt zutreffen müsste. Eine Umfrage ist per se erst mal eine Umfrage und keine Prognose.“

Text: Jonathan Gruber

## Checkliste für Berichte über Umfrage-Ergebnisse 10 Punkte prüfen

1	Wahrheit, Inhalt und Herkunft prüfen	<input type="radio"/>
2	Auftraggeber und/oder Quelle (z. B. das Forschungsinstitut)	<input type="radio"/>
3	Zeitpunkt der Befragung	<input type="radio"/>
4	Zahl der Befragten (Stichprobe)	<input type="radio"/>
5	Fragestellung	<input type="radio"/>
6	Repräsentativität (Ist das Ergebnis repräsentativ? Wenn ja, für wen?)	<input type="radio"/>
7	Stichproben-Methode (Zusammensetzung der Stichprobe)	<input type="radio"/>
8	Erhebungsverfahren (z. B. telefonische Interviews)	<input type="radio"/>
9	Gewichtungsverfahren (Wie wurden einzelne Elemente der Stichprobe gewichtet, um die Grundgesamtheit abzubilden?)	<input type="radio"/>
10	Statistischer Fehlerbereich (Wieweit kann ein Ergebnis aufgrund statistischer Fehler vom tatsächlichen Wert abweichen?)	<input type="radio"/>

- 1 Landespressegesetz (z. B. Hamburgisches Pressegesetz, Artikel 6)
- 1-6 Deutscher Pressekodex, Richtlinie 2.1
- 1-9 Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher (BVM), Richtlinie für die Veröffentlichung von Ergebnissen der Wahlforschung
- 10 Interne Vorgabe einzelner Medien

## Demoskopie als Glaskugel

Trump oder Clinton, „leave“ oder „remain“ – vergleicht man Vorhersagen zu diesen (und anderen) Wahlen mit deren tatsächlichen Ausgang, wirkt es, als hätten Journalisten und Demoskopie den Daumen in den Wind gehalten.

Noch einen Tag vor der US-Präsidentenwahl im vergangenen Jahr sagte die New York Times eine 85-prozentige Siegeswahrscheinlichkeit für Hillary Clinton voraus. Ebenfalls daneben lag Umfrageexperte Peter Kellner am Abend des Brexit-Referendums, als der ehemalige Chef des Meinungsforschungsinstituts Yougov eine 54- bis 55-prozentige Wahrscheinlichkeit für den Verbleib in der EU prognostizierte.

Dass es sich bei solchen Prognosen nur um eine Siegeswahrscheinlichkeit handelt, unter Umständen mit geringer Repräsentativität, bleibt in der Berichterstattung oft unerwähnt. In den USA kam das komplizierte Wahlsystem hinzu, bei dem nicht die landesweit abgegebenen Stimmen ausschlaggebend sind, sondern staatenweise ausgezählt wird. Die Statistikerin Katharina Schüller erklärt in ihrem Buch „Statistik und Intuition“, was Prognosen generell so schwierig macht: „Ihr Ziel ist nicht die perfekte Vorhersage, sondern eine Richtungsaussage, die Schätzungen über die zu erwartenden Abweichungen von ihr beinhaltet.“ Häufig werde jedoch übersehen, dass allein die Durchführung der Prognose die Realität selbst beeinflusse. Zum Beispiel, weil Wähler ihr Handeln danach ausrichten.

Horse-Race-Berichterstattung, Medienecho-Demoskopie, Filterblasen – all dies sind mögliche Ursachen fehlgeleiteter Erwartungen, die am Freitag auch auf der Jahreskonferenz diskutiert wurden. Ein zerknirschter Dean Baquet, Chefredakteur der New York

Times, sagte zur Fehleinschätzung seines Blattes: „We’ve got to do a much better job of being on the road, out in the country, talking to different kinds of people than the people we talk to – especially if you happen to be a New York-based news organization – and remind ourselves that New York is not the real world.“

Dass es auch anders geht, bewies der Demoskop Nate Silver, der am Wahltag darauf hinwies, dass drei potenzielle Szenarien eintreffen könnten: ein solider oder ein überragender Sieg Clintons sowie ein knapper Wahlausgang mit Trump als möglichem Sieger. Auch Nate Cohn, Datenjournalist bei der New York Times, räumte Trump vor der Wahl eine „echte Chance“ ein – beide behielten recht.

Text: Nadine Sebastian

10:45 – R3

So gespalten waren die USA nach der Wahl

Wie ein Datenprojekt der New York Times entstand  
Sylke Gruhnwald, Gregor Aisch

# Innovation ohne Gewinn?

Journalismus braucht neue Ideen, meinen viele. Aber welche Impulse liefern Start-ups überhaupt?

**Print statt Online, Karten statt Bilder, Greifswald statt Berlin: Das Katapult-Magazin ist zweifelsohne ein besonderes Journalismus-Start-up. Seit zwei Jahren produziert das junge Redaktionsteam regelmäßig Hefte zu sozialwissenschaftlichen Themen – ohne Bilder, dafür mit kreativen Grafiken. Nicht ohne Erfolg: Die nächste Ausgabe erscheint in einer Auflage von 25.000 Stück.**

## Journalistischer Kerngedanke

Und die Blattmacher aus dem Uni-Städtchen an der Ostsee bleiben ehrgeizig: „Wir wollen das Politmagazin Cicero einholen. Die haben eine monatliche Auflage von 80.000 Stück“, sagt Benjamin Fredrich, Chefredakteur und Mitgründer. Vom Verkaufserlös, Abonnements und Spenden können Fredrich und drei weitere festangestellte Redaktionsmitglieder mittlerweile leben. Damit haben sie erreicht, wovon viele Gründer träumen. Dass sie dabei auf ein ganz klassisches Geschäftsmodell setzen, ist sehr untypisch für die Szene. Aber was ist überhaupt ein journalistisches Start-up?

„Diesen Begriff fasse ich sehr weit“, sagt Lina Timm, Leiterin der Start-up-Schmiede Media Lab Bayern. Für sie zählen journalistische Medienprojekte genauso zu journalistischen Start-ups wie Marketing-Konzepte und Softwarelösungen: „Der Kerngedanke muss Journalismus helfen.“ „Das tun auch die niederländische Kiosk-App Blendle und ihr deutsches Pendant pocketstory“, sagt Michel Clement von der Uni Hamburg. Die Dienste helfen den Verlagen aber nur bedingt. So fand der Medienökonom heraus, dass Verlage die eigenen Bezahlkunden an die neuen Anbieter verlieren. Mehr Geld geben die Nutzer am digitalen Kiosk auch nicht aus.

## Journalismus nur gemeinnützig?

Neben szenetypischen Start-ups wie Blendle oder Chatbot-Apps wie Resi gibt es eine ganze Reihe prominenter Medienprojekte, die sich dank Stiftungen und/oder Crowdfunding finanzieren. Prominente Beispiele sind das Recherchebüro Correctiv, das Constructive-Journalism-Format Perspective Daily oder das Block-Magazin von Theresia Enzensberger. Journalismus braucht dennoch technologiegetriebene und stark umsatzorientierte Start-ups, findet Timm. „Wer sagt, Journalismus kann nur gemeinnützig funktionieren, macht es sich zu einfach“, sagt die Media-Lab-Leiterin. Werbekunden könnten immer noch dafür sorgen, dass nicht Nutzer

oder Stiftungen alleine ein Medium finanzieren müssen. Technik steht auch für den Medienökonom Clement im Zentrum der Innovation: „Es gibt sehr viel guten Content, aber Nutzer müssen ihn auch finden können. Das gilt auch für Non-Profit-Journalismus.“

## Ein Erfolgsrezept steht fest

Jeden Trend müssen Medienunternehmen deshalb aber nicht mitmachen. „Derzeit springen viele Häuser auf Virtual Reality (VR) auf. Dabei haben die Nutzer gar keine entsprechenden Geräte“, sagt Timm. Für tagesaktuellen Journalismus sei VR schlicht zu teuer und aufwändig. Die meisten Start-ups gebe es derzeit im Social-Media-Monitoring – etwa in

den Bereichen Fact-Checking und dem Kuratieren guter Inhalte. Denn eines steht fest: Qualitativ hochwertige Inhalte zahlen sich weiterhin aus. Das zeigt schon der kleine, aber handfeste Erfolg des Katapult-Magazins.

Text: Leonard Kehnscherper

# Grenzen der Konfrontation

Sie ist keine Pflicht, manchmal gar nicht möglich, gehört aber dennoch zu den journalistischen Tugenden: Konfrontation im Journalismus. Eine Nachfrage.

Xavier Naidoo Song „Marionetten“ löste jüngst eine wochenlange Debatte aus: Ist der Sänger ein Rechtspopulist? Lange wurde medial nur über, aber nicht mit ihm diskutiert. Warum? „Eine generelle Pflicht, kritisierte Personen oder Institutionen zu konfrontieren, besteht so nicht“, sagt Spiegel-Justiziar Sascha Sajuntz, der Artikel des Magazins auf rechtliche Fallstricke prüft. Konfrontiert werden müsse „nur, wenn über unbewiesene Vorwürfe berichtet wird“, sagt Sajuntz. Kommt auch der Kritisierte zu Wort, tragen die beiden Sichtweisen zu einer differenzierteren Berichterstattung bei. Der Journalist profitiert. Im Fall Naidoo wiederum profitierte letztlich nur der Künstler selbst, wurde ihm doch wochenlang eine Bühne geboten. Die Welt urteilte deshalb:

„Am Ende triumphiert, wer am meisten Lärm macht.“ Ein Phänomen, das auch fernab der Showbranche existiert.

## Provozierte Aufmerksamkeit

Das Recherchezentrum Correctiv hatte genug davon, dass Journalisten über jedes Stöckchen sprangen, das die AfD ihnen vor die Füße warf, und wollte der Partei keine unnötige Aufmerksamkeit mehr schenken. Allerdings lieferte Correctiv der AfD ungewollt Publicity, als das Portal das frühere Privatleben der AfD-Politikerin Iris Dworeck-Danielowski als Hobby-Prostituierte zum „Sexskandal“ machte und dafür stark kritisiert wurde. Correctiv-Gründer David Schraven zeigt Einsicht: „Anfänglich in der Kommunikation über Social

Media das Wort ‚Sexskandal‘ zu benutzen, war missverständlich und sicher nicht klug.“ Correctiv war vom agierenden Aufklärer zum reagierenden Bestandteil der Ping-Pong-Aufmerksamkeitsökonomie geworden. Inzwischen beschäftigt der Fall die Gerichte. Die AfD-Politikerin wurde erst persönlich konfrontiert, dann über ihren Anwalt, der aber nicht zitiert werden wollte. Dass die Konfrontation eine Recherche nicht immer weiter bringt, weiß auch Frank Ilse, Lokalchef Harburg des Hamburger Abendblatts. Gerade Pressestellen von Behörden oder Ministerien würden nicht selten versuchen, ein Thema auszusetzen, sagt er. „Dann ist es sinnvoll, eine faire Deadline zu setzen und das auch zu kommunizieren. Ist bis dann keine Antwort da, wird unter einem entspre-

chenden Hinweis in der Geschichte auf die Stellungnahme verzichtet“, sagt Ilse. „Das kann ganz wirkungsvoll sein.“

## Haltung ist erlaubt

Was bleibt also vom alten römischen Grundsatz audiatur et altera pars (lat.: Man höre auch die andere Seite), auf dem auch der medienrechtliche Gegendarstellungsanspruch beruht? Diese Frage beschäftigt auch viele Besucher der nr-Konferenz, die jedes Jahr in die Konfrontationssprechstunde von NDR-Justiziar Klaus Siekmann kommen. Journalismus bleibt hier eine Gratwanderung: Die Konfrontation ist der Versuch, Beweggründe und Zwänge von jemandem verständlicher zu machen, der öffentlich kritisiert werden soll. Das heißt aber nicht, die eigene Haltung verleugnen zu müssen. „Kritik darf selbstverständlich auch deutlich artikuliert werden, Haltung ist dem Journalisten nicht verboten“, bringt es Spiegel-Justiziar Sajuntz auf den Punkt.

Text: Martin Wittler



Typisch für das Katapult-Magazin aus Greifswald: gewitzte Grafiken wie diese, die europäische Staaten in Länder oder Regionen mit ähnlicher Wirtschaftsleistung umbenennet.





In der Bilddokumentation wird sorgfältig überprüft, ob Bildunterschriften und andere Textinformationen zum Foto mit den visuellen Inhalten im Einklang stehen – wie bei dieser Aufnahme des Fotografen Jean-Francois Badias.

## „Wir glauben erstmal gar nichts“

Im Interview verrät Malte Zeller, der zum 1. Juli die Leitung der Spiegel-Bilddokumentation übernimmt, worauf es beim visuellen Fact-Checking ankommt.

**Journalistisches Bildmaterial hat den Anspruch, Wirklichkeit möglichst unverzerrt darzustellen. Doch was, wenn Bilder gar nicht zeigen, was ist? Dann sind Menschen wie Malte Zeller gefragt.**

*Herr Zeller, Sie arbeiten mit sechs Kollegen als Dokumentationsjournalist im Bereich Bild. Was muss man sich darunter vorstellen?*

Wir prüfen Bilder und Bildunterschriften, die im Spiegel erscheinen, auf inhaltliche Richtigkeit. Dabei verfahren wir nach dem Motto: Wir glauben erstmal gar nichts. Das gilt für alle Fotos – egal, ob sie von einer großen Bildagentur oder von irgendwo aus dem Netz kommen, in Hamburg oder Syrien

aufgenommen wurden. Wir prüfen alles, was geprüft werden kann.

*Was heißt das genau?*

Die idealtypische Bildverifikation verläuft nach den journalistischen W-Fragen: Wer macht was, wann, wo, wie und warum? Wir überprüfen die Bildinformationen des Fotografen und checken auch: Passt das Foto überhaupt zum Text?

*Wie gehen Sie bei der Verifikation vor?*

Die klassische Methode erfolgt über Vergleichsbilder aus verschiedenen Quellen. Hinzu kommen Textrecherchen, die uns mehr über den Bildkontext verraten. Bestehen immer noch Zweifel, befragen wir Experten, kontak-

tieren teilweise auch die Fotografen. Bei den Bildunterschriften arbeiten wir ähnlich wie die Textdokumentation: Wir haken korrekte Informationen Wort für Wort ab. Sind wir unsicher, wird das Bild nicht verwendet.

*Was sind die gängigsten Werkzeuge, die Sie nutzen?*

Für die Lokalisierung von Fotos nutzen wir häufig Online-Tools wie Google Earth oder Street View. Die Rückwärts-Bildersuche von Google oder TinEye hilft uns ebenfalls dabei, mehr Informationen zu erhalten oder die Ursprungsquelle zu identifizieren. Wenn verfügbar, schauen wir uns die EXIF- oder GPS-Daten der Kamera an. EXIF-Daten können allerdings irreführend sein, dafür reicht eine falsch eingestellte Kamera.

*Sie nutzen größtenteils seriöse Bildquellen. Braucht es diese präzise Prüfung überhaupt?*

Ja, denn auch Nachrichtensbildagenturen machen Fehler,

beschriftet falsch oder mehrdeutig. Selbst bei Fotografen, die der Spiegel losschickt – sozusagen als bestmögliche Quellen – kam es in der Vergangenheit vor, dass beispielsweise das falsche Gebäude fotografiert wurde. Wir achten zudem darauf, keine Bildmontagen oder Symbolbilder zu verwenden. Wenn doch, dann nur mit Kennzeichnung. Wir wollen unsere Leser nicht für dumm verkaufen.

*Wie viel Material verifizieren Sie pro Ausgabe?*

Etwa 200 Fotos. Ein paar Bilder für die Spiegel-App fallen hier auch hinein. Es werden pro Magazin durchschnittlich zwei Bilder ausgetauscht und etwa 15 Bildunterschriften korrigiert.

*Die digitale Technik erlaubt heute Manipulationen, die rein optisch kaum mehr identifizierbar sind. Nutzen Sie auch fotoforensische Analyseverfahren?*

Wir prüfen eher inhaltlich-journalistisch als technisch. Wir sind keine Fotoforensiker und Analyseergebnisse von Seiten wie FotoForensics oder Reveal liefern uns in der Regel sehr uneindeutige Ergebnisse in Bezug auf eine mögliche Bearbeitung. Solche Verfahren können deshalb höchstens als zusätzliche Anhaltspunkte dienen. Es ist schwer, sich bei technischen Manipulationen ganz sicher zu sein.

*Gibt es überhaupt absolute Sicherheit?*

In manchen Fällen kann man ein Foto nicht bis ins letzte Detail verifizieren. Dann muss man auch mal etwas als „plausibel“ bewerten – oder eben nicht. Das ist häufig unbefriedigend, liegt bei der Bildverifikation aber in der Natur der Sache. Es ist immer eine Suche nach vielen verschiedenen Indizien, die für oder gegen die Glaubwürdigkeit eines Fotos sprechen.

Das Interview führte  
Chantal Alexandra Pils

### IMPRESSUM

**nestbeschmutzer.**  
Zeitung zur Jahreskonferenz 2017  
von netzwerk recherche

Eine Produktion des Instituts für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Hamburg für netzwerk recherche in Kooperation mit Message, der Internationalen Zeitschrift für Journalismus.  
Berlin/Hamburg Juni 2017

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:** Ariane Butzke, Julia Choutka,  
Jonathan Gruber, Leonard Kehnscherper,  
Micha Lemme, Marcel Nobis, Chantal  
Alexandra Pils, Nadine Sebastian, Louise  
Sprengelmeyer, Torben Steenbeck, Mira  
Taylor, Lydia Ulbrich, Martin Wittler

**Konferenz-Fotos:** Andreas Domma,  
Wulf Rohwedder, Jonas Watzberg

**Layout:** Ute Lederer

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

**Auflage:** 1.000

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

**Malte Zeller (38)** durchlief nach einem Mediendokumentations-Studium an der HAW Hamburg die Trainee-Ausbildung in den verschiedenen Abteilungen der Spiegel-Dokumentation. Zum 1. Juli übernimmt er die Leitung des Bildverifikationsteams.



Fotos: Chantal Alexandra Pils



# „Fake News“ den Kampf ansagen

Vorsätzlich lancierte Falschmeldungen waren 2016 auch in deutschen Redaktionen der Aufreger. Doch schon davor entlarvten Fact-Checker europaweit Falschmeldungen. Drei Beispiele, die durch ihre Herangehensweise und ihre Perspektive herausstechen:

## Medienkompetenz stärken

Auf lokaler Ebene gelangten in den vergangenen drei Jahren, nicht zuletzt in Verbindung mit der Flüchtlingskrise, „Fake News“ in Umlauf. Als im baden-württembergischen Meßstetten 2014 die ersten Flüchtlinge aufgenommen wurden, sah sich der Zollern-Alb-Kurier mit Gerüchten und Falschmeldungen aus der Bevölkerung konfrontiert. Die Online-Redaktion der Zeitung begegnete dem Thema mit Transparenz. Sie suchte das Gespräch mit den Lesern, erklärte ihnen die Recherchewege eines Journalisten und gab Einblicke in den Redaktionsalltag. Mit Erfolg: Einige skeptische Leser begannen die Arbeit der Journalisten zu verstehen. Die Online-Redaktion beobachtete eine gesteigerte Medienkompetenz unter den Lesern, welche zu Themen nun unterschiedliche Quellen heranzogen, anstatt wie zuvor „Fake News“ aus dem Internet Glauben zu schenken.

## Wider die Propaganda

Ukrainische Journalistik-Studenten und -Absolventen der Kyiv-Mohyla-School of Journalism gründeten 2014 die Website Stopfake.org. Sie beschäftigten sich

zunächst mit „Fake News“ und Propaganda über die Ukraine, überwiegend aus russischen Medien. Mittlerweile umfasst das Projekt ein großes Informationsangebot über das Thema, aufbereitet in zehn Sprachen. Rund 25 Mitarbeiter dokumentieren – teils fest angestellt, teils ehrenamtlich – Falschmeldungen aus Zeitungen, dem Fernsehen und dem Internet. Präsentiert werden die Rechercheergebnisse online, im Radio und in einer monatlich erscheinenden Zeitung. Finanzielle Unterstützung erhielt das Projekt in der Vergangenheit durch internationale Regierungen und Stiftungen sowie Crowdfunding.

## Automatisiertes Fact-Checking

Die französische Tageszeitung „Le Monde“ arbeitet mit derzeit 13 Redakteuren („Les Décodeurs“) an der Datenbank „Décodex“. Darin speichert das Team unter anderem Informationen zur Vertrauenswürdigkeit einer Internetquelle. Zusätzlich wurde eine Browsererweiterung entwickelt, die Internetnutzern beim Surfen anzeigt, wie vertrauenswürdig eine Quelle ist und wo oft „Fake News“ gepostet werden. Darüber hinaus arbeitet die Fact-Checking-Abteilung an einer



Leidenschaftliche Diskussion über die Rolle von sozialen Netzwerken bei der Verbreitung von „Fake News“ und Hasspostings.

Suchmaschine, die dem Nutzer Hintergrunddaten zu Themen liefert und somit falsche Angaben in „Fake News“ enttarnt.

Text: Marcel Nobis

# Es lebe der Sport – komme was wolle?

Russisches Staatsdoping, unkoschere Vergabe der WM 2006, „Football Leaks“ – der investigative Journalismus konnte zuletzt schwerwiegende Verfehlungen im internationalen Spitzensport aufdecken. Doch ändern solche Enthüllungen überhaupt etwas an unserer Wahrnehmung des Sports?

Die Beziehung zwischen den Fans und ihren Sportidolen oder Lieblingsclubs ist geprägt von einer hohen (wenn auch meist einseitigen) emotionalen Bindung. Man durchlebt – oft über Jahre – gemeinsame Höhen und Tiefen. Fiebert, feiert und leidet mit „seinen“ Stars, begleitet sie mitunter um den halben Erdball.

## Erwartungen enttäuscht

Was aber passiert, wenn journalistische Enthüllungen dieses Vertrauensverhältnis strapazieren? Dennis Dreiskämper, Professor für Sportpsychologie an der Universität Münster, verdeutlicht mögliche Folgen am Beispiel der Dopingenthusiasmungen im Radsport: „Die deutliche Abkehr von Sponsoren, Medien, aber auch Zuschauern kann als immenser Vertrauensverlust der Sportart interpretiert werden.“



Wenn nicht mehr beurteilt werden könne, ob der Wettkampf wirklich fair sei, würden die Erwartungen der Zuschauer nicht mehr nur nicht erfüllt, sondern sogar ins Gegenteil gedreht. Unterschieden werden muss allerdings zwischen kurzfristigen und langfristigen Folgen solcher Enthüllungen. „Eine Fußball-WM wird auch dann noch verfolgt, wenn die ausrichtende Organisation mit schwerwiegenden Verfehlungen in Verbindung gebracht wird“, sagt Jürgen Mittag, Professor für Sportpolitik an der Deutschen Sporthochschule Köln. Eine grundsätzliche Glaubwür-

digkeit und langfristige Akzeptanz des Sports sei aber nur möglich, wenn das Publikum auf die Einhaltung bestimmter Werte, etwa Fairplay, vertraue.

## Interesse sinkt

Glaubwürdigkeit und Vertrauen in die professionelle Sportwelt sei nur über einen intermediären Akteur, also die Medien, vermittelbar, so Mittag. „Eine dauerhaft kritische Berichterstattung vermag das jeweilige Sportprodukt durchaus in ein kritischeres Licht zu setzen, ja sogar zu einem Bedeutungs-

Der Doping-Sumpf im Radsport brachte die gesamte Sportart in Verruf. Weil viele seiner ehemaligen Teamkollegen bei Astana gedopt waren, stand auch der Tour de France-Sieger von 2014, Vincenzo Nibali, lange unter Doping-Verdacht.

verlust beizutragen.“ Thomas Horky, Professor für Sportjournalismus an der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in Hamburg, schließt sich dem an: „Schon jetzt hat sicher auch der kritische Sportjournalismus einen Anteil daran, dass das Interesse an einigen Sportthemen nachweisbar sinkt. Gleichzeitig steigt aber auch das Interesse an gut recherchierten Geschichten.“ So sei eine Differenzierung des Sportjournalismus in kaum noch vergleichbare Bereiche erkennbar, ergänzt Horky und nennt beispielweise die Verschiedenartigkeit von klassischen Liveübertragungen einerseits und Hintergrundmagazinen andererseits. Letztlich bleibt abzuwarten, inwiefern der investigative Zweig des Sportjournalismus die großen Sportverbände durch seine schwerwiegenden Enthüllungen zum Handeln zwingt und inwieweit das öffentliche Ansehen des Sports und das Vertrauen des Publikums schon gelitten haben.

Text: Micha Lemme

15:15 – K6  
**Football-Leaks**  
Hintergründe einer Spiegelrecherche  
Grit Fischer, Rafael Buschmann



Nicht jede neue **Technologie** hat journalistisches Potenzial. Bei der Klärung der Frage „Hype oder hilfreich?“ hilft nur eines: ausprobieren!

# Journalist oder Smartphone-User?

**Die Investitionen, die Medienhäuser tätigen müssten, um ihre Reporter zu mobilen Videojournalisten zu machen, sind gering: Es braucht kaum mehr als ein Smartphone und eine App für Foto- und Videoschnitt. Allein der Besitz eines videofähigen Handys qualifiziert aber nicht zum Videojournalisten.**

Die Handykamera ersetzt laut Martin Heller, Reporter bei Welt/N24, immer häufiger den Notizblock oder die Filmausrüstung. „Das Smartphone ist heute auch zum Filmen ein selbstverständliches Arbeitswerkzeug geworden.“ Gutes Material hänge nicht nur vom Aufnahmegerät, sondern von der damit hergestellten Ton- und Bildqualität ab, so Heller, der als Head of Video für moderne Bewegtbild-Techniken zuständig ist.

## Handwerk und Ethik

Deshalb qualifiziere der Besitz eines Smartphones noch nicht jeden zum (Video-)Journalisten, fügt Produzent Matthias Zuber hinzu. Der Spezialist für audiovisuelle Beiträge unterstreicht: „Zur Produktion eines guten Beitrags sind Wissen um die Aussagekraft von Bildern und Fähigkeiten im Umgang mit der Kamera nach wie vor unerlässlich.“ Dieses Handwerk ist besonders in Ausnahmesituationen gefragt. Für den Kommunikationswissenschaftler Horst Pöttker fordert die spontane audiovisuelle Berichterstattung über Naturkatastrophen, Unfälle oder Anschläge mittels Smartphone vom Reporter eine moralische Abwägung. „Der Journalist muss sich fragen, ob er als Zivilist oder als Journalist handelt, ob er Erste Hilfe leistet oder über die Ereignisse Bericht erstattet.“

## Steigende Anforderungen

Videojournalist Zuber rät in seinen Seminaren außerdem dazu, in solchen Extremsituationen „adäquat und unter Berücksichtigung der rechtlichen Vorgaben zu filmen“. Keine noch so spektakuläre Szene rechtfertige die Missachtung der im Pressekodex festgelegten ethischen Grundsätze. „Die Wahrung der Persönlichkeitsrechte und der Schutz der Intimsphäre haben immer Vorrang“, so Zuber. Aus diesem Grund müsse jeder, der sich Videojournalist nennen möchte, zumindest grundlegende Kenntnisse des journalistischen Handwerks ha-

ben und sich auch mit ethischen Fragen auseinandersetzen.

Frank Lechtenberg, Crossmedia-Professor an der Hochschule Ostwestfalen-Lippe, fasste die Vorzüge des mobilen Journalismus auf der Mobile Journalism Conference im Mai zusammen: Besonders für jüngere Publikumschichten schaffe die Verwendung von Handyvideos einen Anreiz zum Nachrichtenkonsum. Die Formate seien mit nur geringem Aufwand auf Plattformen wie Facebook, Snapchat und Twitter einsetzbar. Außerdem sei der geringe finanzielle Aufwand



für Redaktionen „verlockend“. Dennoch: „Die Anforderungen an die Ausbildung von mobilen Journalisten steigen. Wir wissen jetzt, was technisch geht“, so Lechtenberg. Künftig liege der Fokus aber auf der Qualität von mobilen Videobeiträgen.

Text: Ariane Butzke

**Der digitale Journalismus ist präsenter denn je. Doch neue Technologien wie Virtual Reality, Augmented Reality und Co. werden von vielen Journalisten gescheut. Zu Unrecht.**

Zwei neue Spielarten des Journalismus sind Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR). Wirklich interessant ist nach Ansicht von Datenjournalist und Medienberater Marco Maas vor allem AR. In dieser wird die reale Welt digital um virtuelle Objekte und Informationen ergänzt. Zudem werden sich Journalisten an Begriffe wie Artificial Intelligence Assistants (z.B. Siri) und Conversational User Interfaces (z.B. Quartz) gewöhnen müssen.

## Das Ende der Website?

Für Maas haben diese Dialogformen das Potential, traditionelle Websites und Apps obsolet zu machen, da sie dem Nutzer gegenüber eine direktere Resonanz bieten. Aber wie bei vielen Innovationen stellt sich die Frage: Handelt es sich nur um eine Modeerscheinung oder doch um eine substantielle Entwicklung? Medienexperte Maas hält es für sehr wahrscheinlich, dass es bald neue Erzählwege und neue Technik-Gadgets geben werde, um Inhalte zu trans-

portieren. Ersetzen werde die neue Technik Journalisten zwar nicht, betont Boris Tolg, Professor für Informatik an der HAW Hamburg. Er konstatiert aber, dass die Entwicklung technischer Sys-

# Durch die Datenbrille

teme sicherlich einen Einfluss auf den Journalismus haben werde. Für Marcus Bösch, Journalist und Gründungsmitglied des Virtual-Reality-Studios „Vragments“, ist eine Kombination aus Bot und Mensch denkbar.

Jede neue Technologie erfordere neue Arbeitsweisen und erzeuge neue journalistische Formen, meint Datenjournalist Maas. Für den VR-Experten Bösch setzt dies allerdings voraus, dass man sich mit den neuen Möglichkeiten auseinandersetzt. Es gibt bereits journalistische AR-Anwendungen, beispielsweise vom amerikanischen Magazin „Esquire“. In dessen AR-Ausgabe war es mithilfe einer App möglich, die im Magazin dargestellten Protagonisten virtuell auf einem Bildschirm wiederzugeben und sie durch eigene Interaktion verschieden agieren zu lassen.

## Einfach und bequem

Bis VR verlässlich und zudem erschwinglich ist, müsse die Technologie noch eine ganze Weile reifen, glaubt Maas. Alle Experten sind sich zwar über das große Potential einig, aber es gibt auch Probleme, die noch nicht behoben sind. Einerseits gibt es, so Informatiker Tolg, das Risiko des Schwindels und der Übelkeit, die sogenannte Simulatorkrankheit, welche sich nur sehr aufwendig beheben lasse. Andererseits könne durch eine VR-Brille Isolation und Unsicherheit entstehen, ergänzt er. Dieser Nachteil ist allerdings nicht bei jedem Nutzer zu beobachten.

Bei der AR werden diese Probleme umgangen und die Technik kann bereits auf Smartphones und Tablets genutzt werden. Somit ist sie mobil verfügbar, kostengünstig in der Produktion und im Vergleich zu VR sehr einfach und bequem zu nutzen. Die verschiedenen Spielarten werden wohl nicht mehr von der Bildfläche verschwinden. Ob es mehr als eine Nische mit neuen Erzählformen wird, bleibt jedoch abzuwarten.

Fest steht: Journalismus kann visuel-ler werden und die Erfahrungswelt des Users bereichern.

Text: Julia Choutka



## NEW STORYTELLING IN DER SPEICHERSTADT 28. September in Hamburg



ANMELDUNG UNTER:  
[www.scoopcamp.de](http://www.scoopcamp.de)

KEYNOTE SPEAKER:

**Jigar Mehta**  
Fusion Media Group

EINE VERANSTALTUNG VON:

**next**  
MEDIA.HAMBURG

**dpa** ● ● ●



journalismus für alle,  
gemeinnützig.

Fotos:  
Andreas Domma  
Wulf Rohwedder  
Jonas Walzberg